

修 士 論 文

多様化する美術館の変遷とメディアアートの視座から考察する未来

令和元年度

指導教員 馬場哲晃

(1789329)

宮脇愛良

首都大学東京大学院
システムデザイン研究科 博士前期課程
インダストリアルアート学域

提出日：令和2年2月21日

多様化する美術館の変遷とメディアアートの視座から考察する未来

要旨

日本で初めてできた博物館は 1872 年開館の東京国立博物館であり、「1877 年の第一回内国勸業博覧会の際に、『美術館』名称の施設が設置され、これが日本初の美術館とされる。^{*1}」それ以降も美術館の機能は、1926 年に東京都美術館が開館するまで博物館に内包されていた。その後、1950 年文化財保護法の制定と 1951 年博物館法の制定がされてから約 50 年間、日本では美術館が右肩上がりに増え続け、全国 1,064 館^{*2}にまで至っている。特に 1980 年代から 90 年代のバブル好景気の中、ハコモノ行政と揶揄されるように、各都道府県で博物館・美術館をはじめとする多くの文化施設が建設された。その頃の美術館の多くは、美術館の主たる活動である美術品の収集・保存、展示活動、研究、地域の関わりとしての教育普及活動などの方針が軽視され、設置計画、コンセプトや地域との議論よりもハコの建設が優先された実情がある。結果として日本のどこに行っても特色の少ない文化施設が増加した。増え続けた美術館数の伸び方にはバブル崩壊とともに停滞し、平成 20 年頃を境にその数は減少傾向が見られる^{*3}。つまり美術館が淘汰される時代に入ったと言える。有名建築家による建築や著名な作家による作品を中心にしたコレクションの形成など、ハード面の計画や予算ばかりが膨らみ大掛かりになった美術館は、日本経済の悪化に準じて設置母体である行政や企業から経済効果、費用対効果を見込めないお荷物事業として煙たがられるようになった^{*4}。また 70 年代、80 年代に建てられた美術館をはじめとする文化公共施設は今となっては老朽化が進み改修工事を行う必要に迫られ、ここでまた予算のかさむ文化事業に対して安直な切り捨てを行うことも批判を浴びる判断となり、行政や企業としても美術館事業にさらなる付加価値を見出したいという思いがある。そこから国立美術館・博物館の独立法人化や公共文化施設への指定管

^{*1} 美術館連絡協議会（監修）『美術館と建築』p.130

^{*2} 文化庁ウェブサイト「2. 博物館数、入館者数、学芸員数の推移『種類別博物館数の推移』より、平成 27 年度時点での美術博物館数」（2020 年 1 月 22 日閲覧）https://www.bunka.go.jp/seisaku/bijutsukan_hakubutsukan/shinko/suii/

^{*3} 前掲、文化庁ウェブサイト「2. 博物館数、入館者数、学芸員数の推移『博物館数の推移』」（2020 年 1 月 22 日閲覧）https://www.bunka.go.jp/seisaku/bijutsukan_hakubutsukan/shinko/suii/

^{*4} 美術館の予算増減が顕著に現れるのが、年度ごとの所蔵作品新規購入数と言える。例えば 1988 年に開館した名古屋市美術館の収集作品数の推移からは、開館年を挟んだ前後 10 年間には活発な収集活動が行っていたことが伺えるが、平成 8 年を境にその数は低迷していることがわかる。以下参照。名古屋市美術館ウェブサイト「年報・研究紀要」より、「『平成 30 年度名古屋市美術館年報』（3）資料収集状況一覧」p.73（2020 年 2 月 8 日閲覧）http://www.art-museum.city.nagoya.jp/publish/annual_report

理者制度の導入などが実施され、第3者委員会による監査の導入などに伴い^{*5}、美術館運営の効率化や数値としての目標設置がされる動きが出てきた^{*6}。その結果としてより集客の見込める展覧会、催しが重宝されるようになり、新聞社が主催となって海外の有名な美術館、作品を借りて大規模な展覧会を企画し国内で巡回する「ブロックバスター展」が多く散見されるようになった。そもそも美術館は教育、研究を目的とした公共機関であり、収入を目的としていない社会的、行政的理解はそうもいかず、「リーディング・ミュージアム（先進美術館）構想」を文化庁が打ち出していることが2018年5月に『読売新聞』5月19日付夕刊内の記事「アート市場育む『先進美術館』」によって明るみになった^{*7}。これは日本のアートマーケットにさらなる醸成の可能性を見出し、美術館も市場活性化に寄与することを推奨する内容になっている。新たな所蔵品購入のための売却がされることは海外の美術館でも行われていることであるが、その目的が市場の活性化と美術館運営への予算確保であるのならば、公的機関であるはずの美術館の制度崩壊につながりかねない。それ以降、美術館にとってのいわゆる生存戦略は示されておらず、各館が主に地域性を鍵に模索している現状がある。このように美術館はその登場以降、常に経済や社会状況のあおりを受けてきた歴史がある。日本における美術館の歴史150年ほどのもので、これは明治期の産業革命以降の歴史と重なり、地球規模で社会の姿は劇的に変化してきた時代と一致する。その社会の変化は当然文化・芸術と美術館のあり方にも影響を与え、時代とともにそれぞれの求められる社会的な役割は大きく変化してきた。一方で近代以降の科学技術の発展から生まれた複製技術やコンピューター技術とインターネットの登場は、絵画・彫刻のような古来からのスタンダードな芸術様式とは全く異なる新しい芸術表現を生む環境を作り出した。その流れの一つとして20世紀中頃から世界的にインター

^{*5} 独立行政法人国立美術館は、毎年度と5年間の中期目標期間ごとに「実績報告書（自己点検評価を含む）、財務諸表、外部評価委員会の評価、監事・会計監査人からの意見及び展覧会の図録等を使用した」、業務実績に関する評価を公表している。「項目別評価」ではA、B、Cの三段階の評価基準の数値を設定している。以下参照。独立行政法人国立美術館ウェブサイトより「実績報告・評価等『1. 業務に関する情報』、『1. 業務及び財務に関する評価及び監査に関する情報』」（2020年2月8日閲覧）
<http://www.artmuseums.go.jp/03/0303.html>

^{*6} 例えば川崎市民ミュージアム（神奈川県・1988年開館）が2000年代に入り、経営危機が明るみに出た際には運営改善のための「コンセプトの見直し」と年間来場者数などの具体的な目標数値が設定された。その当初は「二〇〇三年度は九万人、二〇〇四年度は十万人」という数値を市民ミュージアム自らが目標数値を発表した。その後も改革推進を求め、2008年には「評価制度」を導入し内部と外部の評価を公表している。ここでは各展覧会の入場者数、館全体の年間総利用者数、展覧会収支比率等の目標値が設定されている。以下参照。暮沢剛巳『美術館の政治学』青弓社、2007年、p.204、川崎市民ミュージアムウェブサイトより「運営報告」<https://www.kawasaki-museum.jp/unei/>「市民ミュージアム改革の推移」<https://www.kawasaki-museum.jp/wp-content/themes/kawasaki/pdf/unei/about.pdf> 川崎市ウェブサイトより「平成26年度市民委員会資料」[http://www.city.kawasaki.jp/980/cmsfiles/contents/0000057/57003/260423shimin1-\(1\).pdf](http://www.city.kawasaki.jp/980/cmsfiles/contents/0000057/57003/260423shimin1-(1).pdf)（全て2020年2月8日閲覧）

^{*7} 2018年4月17日付で文化庁が提出した資料は以下より閲覧可能である。首相官邸ウェブサイトより「アート市場の活性化に向けて」（2020年2月8日閲覧）<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/miraitoshikaigi/suishinkaigo2018/chusho/dai4/siryou7.pdf>

ネットやコンピュータ技術などのテクノロジーを用いた、もしくはそれに言及するために制作された作品を指すメディア・アート（初期はビデオ・アートやキネティック・アート）と呼ばれる芸術領域が登場した。現在では、この潮流は現代美術において無視できないまでに大きな存在感を示している。メディア・アートに関しては一概に言えない事も多いだが、その作品制作と展示にはモニターやプロジェクター、スピーカー、LED 照明、カメラやセンサーといった電子機材が必要となる場合がほとんどである。また映画・音楽・演劇・文学等他の表現領域を跨いだ美術作品が増え、メディア・アートに限らず空間インスタレーションやパフォーマンス・アーツのような従来の展示台・展示空間に収まらない作品が生まれている。つまり当然ながら、美術館に求められる変化の要因として、扱う美術作品の形態の変化も挙げられる。現代美術を扱う美術館にとっての「最大公約数的な展示空間^{*8}」であったホワイトキューブ^{*9}も、建築が建ってから先の芸術表現の多様化に十分即していけるのかは議論の余地があるだろう。実際に、メディア・アートをはじめとする現代芸術の作品を美術館で扱う場合はハード、ソフトの両面でアップデートが求められる事は想像に難くない。新しく登場した芸術領域であり、決まった形式がなく現在進行形で新たなメディア・アートの表現が生まれている現状にあり、つまりその価値付け自体も現在進行形で行われている。メディア・アートは研究やエンターテインメントの側面を強く持つ領域であるがゆえに、美術館とキュレーターとしてメディア・アートをどう扱うか、その方法論や文脈も定まっていない。そうした状況の中で日本でメディア・アートを専門に扱う美術館としては東京・初台の東京オペラシティ 4 階にある NTT インターコミュニケーション・センター [ICC]（以下、ICC と略す。）と、山口県山口市の山口情報芸術センター（以下、YCAM と略す。）が代表的なものとして挙げられる。ICC は 1991 年よりプレ活動を開始し、1997 年に開館、YCAM は 2003 年に開館した。両館が登場した年頃が美術館建設の勢いが収まった頃だったという事もあるが、ICC と YCAM の登場以降、いまだに国内にメディア・アートを専門とする美術館はほとんどなく、両館は共に国内の美術館の中でも特異性を保持し続けている。この 2 つの美術館の特異性の要因は、メディア・アートを専門としていることに拠ることが大きいと言える。メディア・アートの特徴でもある領域横断的で地理的にも広い視野を持った活動が多く見られ、さらにメディア・アートの一般的な価値基準が定まっていない中でも、常に革新的で挑戦的

^{*8} 西沢立衛『美術館をめぐる対話』集英社、2010 年、p.15

^{*9} 同前 p.57 注釈より、「今日の美術館の多くで見られる、白いニュートラルな壁で囲まれた矩形（くけい）の展示室。歴史的には 1927 年に開館した MoMA（ニューヨーク近代美術館）が採用したのが最初である。」

な姿勢が一貫して見られる。上記のような共通点を持つ ICC と YCAM であるが、その中身を見ると運営母体、内部組織、地理的環境、建築のあり方はまったく異なる。それに伴って、活動の内容とそれぞれが担っている役割も違っている。ICC はコンスタントな作品展示と関連書籍の出版や、それらを通じた活発な議論の場を展開し、美術としてのメディア・アートの価値付けや認知を広める役割を担ってきた。一方 YCAM は、作品展示の機能と図書館や映画館と合わさった文化複合施設であることからより市民に近い文化施設として、またアーティストとのコミッションワークを活発に行う事でメディア・アートの社会実装実験を行う場となっている。ICC と YCAM の働きは日本国内だけではなく、世界の中でも存在感を示し、それまで美術史や美術館の外側にあったメディア・アートが現代の芸術表現の 1 つ潮流として認知される事に一役買ってきた側面も大きい。またメディア・アートという特異性を除けば、両館も日本の美術館の変遷上に位置づけることが可能であり、著者は ICC と YCAM の登場が美術史と美術館の変遷の中で必然性をもっていると考えている。本稿では、まずはメディア・アートを取り巻く社会状況から、2000 年代の興隆に言及することから始めていく。次に 19 世紀から始まった日本の美術館の動向を整理し、日本ではあまり社会的に論じられてこなかった美術館を、歴史、社会、アートシーンの動向と並べることで、美術館の変遷を多角的に整理する。そこではとりわけ美術館の乱立が見られた 1970 年代後半から、ICC と YCAM が登場した 2000 年代前後の動向を詳しく見ていく。加えて美術館の指針に大きく影響を与えるもの、あるいは国が示す美術館の生き残り戦略として法律を捉え言及する。また、本稿ではそれらがそれは本来の美術館の機能とはかけ離れた姿を標榜しているものとして、それに対する情報化社会における美術館のロールモデルに ICC と YCAM がなりえると考え。その根拠を得るために、開館以前に構想されていた各館の活動・運営方針から従来の美術館のあり方を比較した。そしてより具体的なロールモデルとしての方法論を洗い出すために、各館の活動の軸となっている要素について調査した。そこでも従来に美術館とどう違うのかを論じながら、また ICC と YCAM 同士の違いと共通点を考察した。両メディア・アート・センターの理念や具体的な活動を調査研究し、国が提示した制度や法律とは異なる、未来に向けた美術館のオルタナティブな生存戦略を示すことを本稿の目的とする。

The diversifying history of art museums and the future considered from the perspective of Media Art

Summary

The art museums appeared in Japan about 150 years ago. In its short history, Japanese art museums have exploded, and there are currently more than 1,000 art museums in Japan. All social influences can be seen in the background. They have also led to very diverse developments in Japanese art museums. What I focus on this time is the relationship between the appearance of the art genre called Media Art and Japanese art museums. Media Art refers mainly to works that use or refer to technologies such as the Internet and computer technology. It is an art field that has emerged with the modernization of society and the development of science and technology. In Japan, Media Art has made its own development since 1950. And now, it shows its presence as a trend of contemporary art. Then, In Japan, there are ICC and YCAM as typical art museums specializing in Media Art. Media Art is a relatively new art field, but its research has progressed in the last decade or so, and the history of Media Art has been systematized. Among them, ICC and YCAM play a very important role. Looking back on the activities of these two museums, I try to guess the future for all museums in Japan.

目次

要旨	i
Summary	v
1 序論	1
1.1 本研究の目的	1
1.2 美術館に向けられた社会からの様々な要請とその変化	1
2 メディア・アートの興隆	6
2.1 SNS とチームラボ, Rhizomatiks	6
2.2 メディア・アートはアートへ	10
2.3 体系化され始めたメディア・アート	13
2.4 メディア・アートが生むコミュニケーションの豊かさ	15
3 日本の美術館を取り巻く法制度	19
3.1 法制度上の歪み	19
3.2 文化芸術基本法と文化芸術推進基本計画	20
3.3 リーディングミュージアム（先進美術館）構想	22
4 日本の美術館の変遷	28
4.1 美術館の開館状況	28
4.2 21 世紀の美術館	29
4.3 新たな動向	29
5 ICC と YCAM の構想	31
5.1 ICC の構想	31
5.2 YCAM の構想	32
5.3 両館の構想＝美術館のオルタナティブな生存戦略	33
6 メディア・アート・センターから見るオルタナティブな生存戦略	35
6.1 ICC から見る	35
6.1.1 展示	35
6.1.2 情報拠点	38
6.1.3 コミュニケーションの交差点	40
6.2 YCAM から見る	40
6.2.1 建築	40
6.2.2 組織	43
6.2.3 エデュケーション	45
7 まとめ	48

7.1	考察	48
7.1.1	ICC と YCAM の違いと共通点	48
7.1.2	ICC が抱える課題点	49
7.1.3	YCAM が抱える課題点	51
7.2	おわりに	53
8	謝辞	54
9	参考文献	55

1 序論

1.1 本研究の目的

2000 年に入り、メディア・アートが美術史や文化史と紐づけて体系化される研究が進んだ。ICC や YCAM のようなメディア・アートを専門に扱う美術館が現れたことがその一助となったというのは言うまでもない。しかし ICC と YCAM のそうした働きはメディア・アートの文脈で語られることはあっても、美術館の歴史の中では位置付けられてこなかった。両館の持つ特異性は、それまで前例のなかったメディア・アートを活動の軸に据えた文化施設としての道を切り開いてきたことに加え、それまでの美術館の枠組みに収まらない活動を続けてきたことからも見られる。両館の革新的な存在は開館当初から今でも異彩を放ち、日本の美術館制度に新しい風を吹き込んできたのは事実だと言える。その新たな試みも ICC は 24 年目、YCAM は 18 年目に入り、今一度 ICC と YCAM がどのような変遷をたどってきたのか、その中での問題意識の変化、現在抱えているもしくは解決できずにいる課題はなんであるのか、それを検証していくことで日本の美術館、あるいは文化施設全体が取り組むべき課題を明らかにできると考える。本稿ではメディア・アートを架け橋として美術分野を超えた議論を生むための問題提起を行い、美術館を取り巻く各種の問題に対する本質的なアプローチの方法を見出すことを目的とする。日本の美術館を取り囲む旧態依然とした制度や組織のあり方に問いを投じることで、国内の美術館、文化施設全体の新陳代謝を高めることを目指す。

1.2 美術館に向けられた社会からの様々な要請とその変化

社会的な変化が美術館に求められる役割に大きく影響しているとし、その要因の 1 つとして科学技術の発展とそれに伴うメディア・アートの登場を前述したが、その他にも多くの変化の波が美術館に押し寄せている。平成 28 年度に文化庁が行った「美術館・博物館の特徴的な取組に関する調査事業」の報告書には、

我が国では、全国各地に美術館・博物館が設置され、さまざまな事業を展開している。地域の核や、地域の文化の拠点として、美術館・博物館が機能することに対する期待は大きい。平成 27 年 5 月 22 日に閣議決定された『文化芸術の振興に関する基本的な方針（第 4 次基本方針）』では、美術館・博物館の充実として、美術

館・博物館が、優れた文化芸術の保存・継承，創造，交流，発信の拠点のみならず，地域の生涯学習活動，国際交流活動，ボランティア活動や観光等の拠点としても積極的に活用され，地域住民の文化芸術活動の場やコミュニケーションを通じた絆づくり，感性教育，地域ブランドづくりの場としてその機能・役割を十分に発揮することが求められている。^{*10}

と記されている。また，

本事業は，こうした社会情勢を踏まえながら，各地で特徴的な取り組みを行っている施設に関する調査を行った。近年，利用者を増やしている施設に関する調査は，直近3カ年の年間入館者数の状況を踏まえるとともに，人口の多い都市部に偏ることのないよう地域性にも留意して，対象となる施設を抽出した上で行った。調査結果をもとに，各施設で行われている集客や利用促進につながる効果的な取り組みを，以下のようにまとめた。

- 来館機会の創出
- 積極的な広報・情報発信
- 利用者や利用状況の分析・把握
- 多様な利用者への対応
- 学校や他施設との連携
- 地域全体に及ぶ取り組み（地域に広げる展開）
- 利用者サービスの向上
- 新たな利用を目指して（新たな利用展開）^{*11}

と，調査内容と結果をまとめている。各事例をここで扱うことは差し控えるが，上記の8項目を深掘りする形で新しい事業内容の例とその要因となる社会的環境の変化をあげていく。社会的環境の変化の1つとしてまずは，インターネットの普及とあらゆるシステムの電子化が挙げられる。これも近代以降の科学技術発展によってもたらされた変化

^{*10} 文化庁ウェブサイト「美術館・博物館の特徴的な取組に関する調査事業」より，https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_huppan/tokeichosa/bijutsu_tokuchoteki/pdf/r1405599_01.pdf p.1-2 参照
「本事業では，美術館・博物館に求められる役割がますます大きく，また多様化している状況を踏まえ，自己収入の拡大や専門性を活かしつつ利用者増加のために特徴的な取組を行っている事例，積極的に施設の利用促進に取り組んでいる事例，より魅力的で活発な事業を実践するとともに，地域の課題に対応するために地域や民間企業等各種団体と有効な連携を図っている事例等を調査・分析することで，今後の我が国の文化施設の在り方の検討や，全国で事業を進める美術館・歴史博物館に携わる職員の参考となる資料を作成することを目的としている。」

^{*11} 同前

によるものだ。例えば広報活動の手段がインターネット上のサービスをベースにしたものが増え、ウェブサイトとブログの開設や Twitter, Facebook, Instagram などの SNS, Youtube のような動画配信サイトを活用した広報活動が多く、多くの館で取り入れられている。あるいは、これまで紙面上で管理していた収蔵作品リストをパソコン上でのデータベースへの移行であったり、作品リストのみならず、作品自体をスキャンし（作品によっては 3D）データとして作品を残すデジタル・アーカイブ化を進める動きが見られる。テート・モダンやメトロポリタン美術館など欧米の主要な美術館では作品のスキャンデータをパブリックドメインとしてウェブサイト上で公開する動きもあり、利用者は美術館に赴かずとも有名作品を高精細の写真画像でコレクション作品を眺める事ができるようになった。他には美術館の来館者層の変化を挙げることができ、あらゆる層に向けたアクセシビリティの改善が求められている。中でも訪日外国人の増加は著しく、美術館でも多くの外国人を招き入れるために、館内掲示やパンフレットは英語に限らず複数の外国語の併記をする、あるいは外国語話者を館内に配置する等の対策が進められている。また外国人に限らず障害者や LGBTQ など、これまで目を向けてこなかった人たちに対する配慮が求められている。その一方で、遠方からの来館者だけでなく、地元の地域住民との強いつながりを築くことが美術館と地域住民の双方から求められている。特に 2011 年の東日本大震災以降、日本の地域社会のコミュニティの脆弱性が明るみに出、美術館が地域コミュニティを再興させる場の 1 つとなることを目指し、展示やワークショップ等を通じて人びとのフィジカルな出会いと対話を生む機会の創出が活発に行われるようになった。平成 29 年告示の新学習指導要領の中には、美術鑑賞の指導にあたっては小学校、中学校ともに「地域の美術館などの利用や連携」を図ることを推奨することが明記されている^{*12*13}。このように、小・中学校をはじめとした教育機関や NPO、他館との連携を強め、美術館の外にまで活動を広げるアウトリーチ・プログラムを実施する館も増えている。博物館・美術館は設立当初から生涯学習を享受できる社会的な場として教育普及活動を行ってきたが、その内容は上から下の知識による教育よりも、明確な答えが用意されていなくても良しとされるような、学校教育とは違った学びに重点がシフトされている。

*12 文部科学省ウェブサイト「【図画工作編】小学校学習指導要領（平成 29 年告示）解説」https://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/_icsFiles/afieldfile/2019/03/18/1387017008.pdf p.121-123, p.137, p.143, p.148, p.154 参照

*13 同前, 「【美術編】中学校学習指導要領（平成 29 年告示）解説」https://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/_icsFiles/afieldfile/2019/03/18/1387018007.pdf p.114-115, p.134-136, p.150, p.158, p.162, p.167, p.172 参照

従来の美術館がどこか非日常的で厳かな近寄り難いイメージがあったとすると、より広く多くの人に訪れてもらえるよう美術館を身近に感じてもらえるよう美術館から歩み寄る試みがされているとも言える。いずれも美術館が抱える問題や置かれた状況は複雑に、そして多様になっていると言えるだろう。グローバリティとローカリティの両方に目を向け、自館の個性を掘り起こす事が全体の活動を通じて求められている。

以上の例は先に述べた通り美術館が淘汰される時代において生き残るためにも、また美術館が時代に即した姿を目指すためにも最低限のミッションであると考えられる。また美術館に限らない文化施設全般が同じ状況にある。とは言えバブル崩壊後の日本経済下では文化関連施設への予算は大幅に削られ、美術館もその多くが財政難と人員不足の問題を抱えているために、本来の業務だけでも十分な時間と人員と予算を充てることができないという苦しい状況が立ちはだかっている。そのような厳しい状況下で、各施設が活動内容の質を担保しながら内外からの様々な要請に応えることが求められている。美術館の未来を考えていくにあたり、根本的な問題は、美術館活動の意義を市民社会から国政まで社会全体にいかにか認めてもらえるかなのだろう。日本に美術館という制度が持ち込まれたのはせいぜい150年ほど前のことであり、これまでなかったものが現れ、市民レベルではそれについて議論する間も無く数だけが増えてしまった。そのために、地域に美術館があってもそれは生活圏内に入り込むまで身近な存在となり得たとはいえないのではないだろうか。しかしだからこそ、日本の美術館には市民が活動に干渉し、ともに議論し模索していく余地が大いに残っていると考えることもできる。その可能性を探るべく美術館関係者がしきりに口にするしているのが、いかに「美術館を開く」か、「開かれた美術館」とはどんな美術館なのか、という言葉だ。そもそもの美術館という建物の機能に立ち返ると、作品の維持保存のために「閉じている」空間である必要があり^{*14}、また美術館の活動というのはせいぜい館内と近隣の地域の範囲に収まり、基本的には利用者が足を運ばないとその内容を知ってもらうに至らないという物理的制約が大きいことが前提としてある。さらに言えば、美術館活動を大衆に対して「開く」ためにある作品を展示するという機能も、展示を作る際には扱う作品の時代性や作家やテーマを絞ってしまうため、真に誰に対しても開かれているとは言えない。それは例え印象派の作品や

^{*14} 西沢立衛『美術館をめぐる対話』第二章 平野啓一郎×西沢立衛 都市の歴史から見る美術館の現在」p.99「美術館建築というのは、まず『閉じる』という機能が必要だと思うんですね。貴重な作品、歴史的な美術品を維持保存するために、まず閉じている必要がある。しかし、なんで閉じるかというと、それは開くためです。なぜ保存するかというと、未来の人間に対して開く、未来の人間がそれを体験できるようにするために、保存するわけです。」

漫画やアニメ作品を扱うような比較的集客を狙える展示だとしても、だ。美術館が美を享受できる場所としての役割を持つのは当然であるにしても、美術館活動の目的を美術愛好家を増やすことに結びつけてしまえば、美術館の公共施設としての門戸は狭まるばかりと言えるだろう。例えば館内に魅力的なカフェやレストラン、ショップを併設することで、展覧会来訪者以外の客層の獲得を狙うといった策略も考えられるが、そこから美術館の核となる活動に興味を向かせることを目指すならばまた工夫が必要だ。美術館に訪れる人、もしくは訪れる機会が少ない人に対しても、より「開く」ことや本質的な「社会的な存在理由」を考える必要性は美術館の建設ラッシュがあった頃よりも前、美術館制度を日本に広めようと言われていた頃から言われていたことなのだ^{*15}。しかしそうした声は現場に近い者から上がるもので、美術館設立を指揮する行政や企業に届くまでにいまだに至っていないということだ。そこでメディア・アートが、この長い間打破できていない美術館を取り巻く状況を打破できるのではないかとまでは言い切れないが、今や現代の同時代的な表現領域として大きな存在感を示しているメディア・アートが、美術館とその来館者に新しい風を吹き込むことはできると考えている。その検証をするべく、ICC と YCAM の創設から現在に至るまでの活動を詳しくみていく。

^{*15} 株式会社美術出版社『美術手帖 Vol.44 No.650 1992 年 2 月号 [特集] 現代美術の社会学入門』より、塩田純一・寄稿「美術館の社会的機能」p.56-p.57 や、棚橋源太郎『博物館学綱要』を原寸で収録した伊藤寿朗・監修『博物館基本文献集』第十三巻などで、その言及が見られる

2 メディア・アートの興隆

2.1 SNS とチームラボ, Rhizomatiks

これは前項で述べなかったことだが、もう1つの近年の見られる美術館の傾向として、ある一定のルールのもと展示室内での写真、動画撮影を許可する美術館、展覧会が一定数増えていることも挙げられる^{*16}。またその中の割合としては現代美術を扱う美術館が多くを占めている。つまりこれも作品の形態の変化に伴って生じた美術館の変化だと考えられる。メディア・アートやインスタレーション的な作品は、光や映像的な表現、音を用いることが多いことや、物理的な規模が大きい場合が多いことから、非常に乱暴な言い方ではあるが、写真映えもとい SNS 映えしやすい作品が多いと言える。つまりメディア・アートは SNS におけるバズ・コミュニケーションと大変相性が良いとも言い替える事ができる。あるいは、現代作家の中でも意識の変化として、作品や自身の活動の宣伝に SNS を活用するプラットフォームとして活用する事がスタンダード化している事が挙げられ、鑑賞者が作品の写真・動画を撮って SNS 上にアップすることを見込んで戦略的に取り入れている傾向もあると言えるだろう。SNS 上での著作権の適用や引用／盗用のルールについては未だ議論されている最中であり、その行為自体を肯定的に捉えるかどうかは作家にとっては慎重に判断する必要がある。また SNS で映える＝展示するに値するいい作品、という安直な構図がまかり通ってしまうことは避けたいのだが、やはりある面では、若い世代に向けた宣伝効果も見込めることを期待して美術館でメディア・アートが重宝されている。Twitter のサービスが開始されたのが 2006 年、Instagram が 2010 年であり、アートにおける SNS の影響を見る事ができるのは 10 年余りのことだろう。また 2010 年代にメディア・アートという言葉やジャンルを世間に急速に広げた大きな存在としては、チームラボと Rhizomatiks を無視する事はできない。すでに自明の認知度を誇っているチームラボと Rhizomatiks であるが、両者の特徴はやはり、企業として多領域にまたがるテクノロジスト集団を抱え、企業としてメディア・アート作品を制作するという手法を始めた点だ。チームラボには猪子寿之、Rhizomatiks には真鍋大度と石橋素、または齋藤精一といった各企業の顔のような存在があり、彼らが対外的なアイコンとなり、また企業内の旗振り役として企業設立から今に至るまでビジネスとしてのメディア・

^{*16} 中でも展覧会の中でも撮影可能な作品を限定していることや、「フラッシュ禁止、三脚禁止、自撮り棒禁止」などのルールを設けている美術館が多い。森美術館「『宇宙と芸術展』写真撮影に関してのご案内」[https : //www.mori.art.museum/contents/universe_art/pdf/photnotice.pdf](https://www.mori.art.museum/contents/universe_art/pdf/photnotice.pdf) 参照,

アートという新たな業界を切り開いてきた。彼らの登場以前また現在も、メディア・アート作品制作と展示というのは技術的、金銭的なハードルが高いという側面があり、個人のメディア・アーティスト達は大学などの教育機関や企業の支援を受けて作品を制作することが往々にしてある。あるいはコラボレーションやコレクティブの形成によってソフト、ハード、音響、映像、展示インストールの各技術者（を専門とするアーティスト）同士が協力するというのがデフォルトとなっている。その仕組みを恒久的に企業が担うことで、メディア・アート作品の制作と展示に関わるあらゆるハードルを克服した事がチームラボと Rhizomatiks の大きな足跡と言える。チームラボは「日本的な美」とテクノロジーを融合させた祝祭的な表現を、Rhizomatiks は「ヒューマニティ／身体性」とテクノロジーの化学反応的な表現であり、より技術的なプレゼンテーションを押し出した表現というように、それぞれの表現が志向するところは異なる。しかしその表現を作品制作のみならず広告、デザイン、エンターテインメント、建築やまちづくりにまで活動を展開している点では、重なるところが大きい。美術手帖でのインタビューで真鍋大度は作家活動を会社化する発想について、

メディア・アートは良くも悪くも中間的というか、役立つサービスにすぐ応用できる技術やアイデアも多い。（略）僕らはもっと大きな仕事したかった。その世界に大きな予算と可能性があることも、わかっていましたから。^{*17}

と述べている。そしてその言葉通り、広告をはじめとする他業界との積極的なコラボレーションを行ってきた事が両社が今の地位を確立するに至る要因となった。同時に、真鍋が

アーティストと名乗りながら広告やエンタメの仕事をするのは、ある種のアート観の持ち主には評価されないと思いますが^{*18}

と述べるように、チームラボと Rhizomatiks、あるいはそれに追従するように登場した NAKED などによる企業型のメディア・アートというのは、そのエンターテインメント性の強さから純度の高い芸術領域とは線引きされているところがある。コンセプト重視と謳いながらも、まさに前述したような SNS 映え、メディア映えを戦略的に狙っている。本稿でもチームラボと Rhizomatiks に言及する事は、2010 年代のメディア・アートを取り

^{*17} 株式会社美術出版社『美術手帖 vol.69 NO.1048 2017 年 1 月号 [特集]Rhizomatiks 世界に誇る“フルスタック”集団ライゾマティクスのすべて』p.26 より

^{*18} 同前, p26 より

巻く状況のひとつとして捉えるに留め、その周辺で見られる活動や傾向をメディア・アートの本流と捉えるのは避けた。しかしながら、広告業、エンターテインメント業界での活躍が目立っている傍、両社の活動がアート業界に食い込んでいる事は事実であり、全く区別できるものではない。例えば Rhizomatiks は、ICC や YCAM、東京都現代美術館などで美術館の展覧会に参加し新作を発表している。インスタレーション《pulse3.0》の展示と同展示内での elevenplay、澤井妙治らとのコラボレーションによるサウンド・パフォーマンス開催（2013 年 1 月－3 月、YCAM）、「うさぎスマッシュ展 世界に触れる方法（デザイン）」にてインスタレーション《traders》展示（2013 年 10 月－2014 年 1 月）、「アート+コム／ライゾマティクスリサーチ 光と動きの『ポエティクス／ストラクチャー』」展で新作《distortion》とこれまでのパフォーマンス作品を映像アーカイブ形式で展示（ICC、2017 年 1 月－3 月）、「オープン・スペース 2018 イン・トランジション」展で《リカーシヴ・リフレクション》を展示（ICC、2018 年 6 月－2019 年 3 月）している。あるいは日本国内ならず、soner（スペイン・バルセロナ）や SXSW（サウス・バイ・サウス・ウエスト、米国・テキサス州オースティン）をはじめとする海外のアート・音楽フェスティバルでのパフォーマンス、作品の発表を行っている。また Rhizomatiks の真鍋大度は東京理科大学数学科と岐阜県率国際情報科学芸術アカデミー [IAMAS]（以下、IAMAS と略す。）を卒業している出自もあり、元々作家、エンジニアとしての気質が強い。Rhizomatiks 設立後も個人名での作家活動や^{*19}DJ 活動をベースにしたサウンドパフォーマンスに力を入れ、Rhizomatiks との活動と個人の作家活動を流動的に住み分けしている。一方チームラボはあくまでもチームラボを個のアーティストに仕立て、社員個人の作家活動は目立っていないが、国内では「ミッション【宇宙×芸術】 - コスモロジーを超えて」で《憑依する滝、人工衛星の重力 / Universe of Water Particles under Satellite's Gravity》を展示（東京都現代美術館、2014 年 6 月－8 月）、また 2014 年の日本科学未来館での展示を皮切りに 2017 年に高知県立美術館（2017 年 8 月－9 月）と新潟県立万代島美術館（2017 年 11 月－2018 年 3 月）、2018 年に秋田県立近代美術館（2018 年 6 月－9 月）、あべのハルカス美術館（2018 年 7 月－9 月）他、ショッピングモールなども含め全国に巡回したチームラボの個展とも言える「チームラボ 踊る!アート展と、

^{*19} 2008 年に Youtubede 上で発表した《Electric Stimulus to Face》[https : //www.youtube.com/watch?v = YxdLYFCp5Ic](https://www.youtube.com/watch?v=YxdLYFCp5Ic) は世界中で 180 万回以上再生されている。（2020 年 1 月現在）また ICC で現在開催中の「オープン・スペース 2019 別の見方で」（開催期間：2019 年 5 月 18 日－2020 年 3 月 1 日）にて、Rhizomatiks の坂本洋一と石井達哉との連名で《Light Field Theater》という作品を展示している。[https : //www.ntticc.or.jp/ja/archive/works/light-field-theater/](https://www.ntticc.or.jp/ja/archive/works/light-field-theater/)

学ぶ!未来の遊園地」展の開催、「宇宙と芸術展：かぐや姫，ダ・ヴィンチ，チームラボ」でインスタレーション《追われるカラス，追うカラスも追われるカラス，そして衝突して咲いていく / Crows are Chased and the Chasing Crows are Destined to be Chased as well, Blossoming on Collision …》の展示（森美術館，2016 年 7 月－2017 年 1 月）などが挙げられる^{*20}。そして何と言ってもチームラボ作品の常設展示を行う美術館としてお台場に「森ビルデジタルアートミュージアム：エプソン チームラボボーダレス」を 2018 年 6 月にオープンさせた。また同時期から，こちらは常設ではないものの展示のために豊洲に新しく建物を建設して開催している「チームラボプラネッツ TOKYO DMM」（2018 年 7 月－2020 年秋）も大きな話題を呼んでいる。共にオープンから 1 年以上経った現在も当日券が売り切れる事が多く，東京の新名所として訪日外国人も多く訪れている^{*21}。年間の入場者数はチームラボボーダレスで約 230 万人，チームラボプラネッツで約 125 万人に及び，その合計は 350 万人を突破した。この数はチームラボを単独のアーティストとすれば，「それぞれ単館でも，世界の single-artist museums（単独のアーティストの美術館）のなかで来館者数が最も多い 3 つの美術館である，バルセロナのピカソ美術館（94 万 8483 人），スペイン・フィゲラスのダリ劇場美術館（110 万 5169 人）を上回ります。そして，チームラボボーダレスにおいては，オランダ・アムステルダムゴッホ美術館（216 万 1160 人）をも上回る，世界最大規模の来館者数です。^{*24}」^{*25}。チームラボは海外，とりわけアジア諸国での活動にも力を入れており高い評価を得ている。実はチームラボの美術館における初個展は，2012 年に台中の国立台湾美術館で開催された「チームラボ『We are the Future（藝術超未来）』」展であり，いわばチームラボの人気は逆輸入的に日本に持ち込まれたものだった。常設展示もすでに上海とシンガポールに 3 箇所オープンさせており，今後もマカオでの大規模な個展や深センでの都市計画の実施が決定している。チームラボは 2000 年，Rhizomatiks は 2007 年に会社を立ち上げ，現在の規模にまで知名度を上げ活動を展開できるようになるまでには共に 10 年程の年月がかかっ

^{*20} チームラボ ウェブサイト「EXHIBITIONS」<https://www.teamlab.art/jp/e/?type=pickup> 参照

^{*21} チームラボ ウェブサイト「EVENT」内記事 <https://www.team-lab.com/news/borderless-planets>（閲覧日：2020 年 1 月 26 日）参照。チームラボボーダレスについては，「年間約 230 万人の来館者のうち，訪日外国人割合は約 50 %（※ 2）に達しており，訪日外国人の国・地域別割合は，1 位アメリカ，2 位オーストラリア，3 位中国，4 位タイ，5 位カナダ，6 位イギリスと，近隣諸国のみならず，遠方の国からの来館者が多いことが特徴です。さらに，チームラボボーダレスが実施したアンケート調査によると，来館した訪日外国人のうち約 50 %^{*22}が同館を目的に東京を訪れたことが明らかになっています。」とし，またチームラボプラネッツは「年間 125 万人以上の来館者のうち，訪日外国人割合は約 30 %^{*23}に達しており，訪日外国人の国・地域別割合は，1 位アメリカ，2 位中国，3 位イギリス，4 位オーストラリアとなっています。」としている。

^{*24} “THE ART NEWSPAPER SPECIAL REPORT Art’s Most Popular: Exhibition and museum visitor figures 2018” The Art Newspaper. Number 311, April 2019.

^{*25} 同前，<https://www.team-lab.com/news/borderless-planets>

ている。企業としてメディア・アート作品の制作をする事で、技術と金銭面でのハードルをクリアしたと先述したが、チームラボと Rhizomatiks の躍進は、当然ながら 2000 年以降の通信技術、科学技術の進歩によるところも大きい。プロジェクターやディスプレイはより安価になり、また通信速度が向上した事で機器間の信号伝達速度が上がり、ライブパフォーマンス時も時差の少ない、より高度な演出を行うことができるようになった。また同様の理由からテクノロジーが日常生活に溶け込み社会全体のテクノロジーへの興味関心が高まったことで、彼らの活動が世間に認知され、評価を得る絶好のタイミングだったと言える。

2.2 メディア・アートはアートへ

このような増幅作用から、あらゆるレベルを許容しつつもメディア・アートを取り巻く状況は 2000 年以降急速に変化している。メディア・アートへの注目は高まり日本でも多くの美術館で展示される機会が増えている。この傾向は年単位で増幅していると、著者自身実感している。ここでその変化の裏付けとなる数を示したいのだが、その項目としては 2 つ、過去 20 年間で日本国内の美術館でのメディア・アート作品が展示される頻度が増えているか（以下、調査 a とする）、またメディア・アートが同時代の芸術表現として、つまり現代アートの潮流としての評価の高まっているのか（以下、調査 b とする）、だ。調査 a に対して用いたのは東京都現代美術館の MOT アニュアルと森美術館の六本木クロッシング展から、年ごとに出品された作品の内、メディア・アートと分類される作品の数とする。「MOT アニュアルは、1999 年の第 1 回展以来、異なる文化や表現領域が混合する空間としての東京に拠点を置く東京都現代美術館ならではの視点から、日本の若手作家の作品を中心に、現代美術の一側面を切り取り、問いかけや議論のはじまりを引き出すグループ展です。^{*26}」また、「『六本木クロッシング』は森美術館が 3 年に一度、日本の現代アートシーンを総覧する定点観測的な展覧会として 2004 年以来開催してきたシリーズ展です。^{*27}」MOT アニュアルは 2016 年から 3 年間のリニューアルに伴う休館期間を除いた 15 回を、六本木クロッシングは 6 回の展覧会が対象となる。両展覧会は開催頻度に違いがあるが、国内の現代アートシーンを短いスパンで切り取って紹介すると

^{*26} 東京都現代美術館ウェブサイト「開催中・これからの展覧会－MOT アニュアル 2019 Echo after Echo: 仮の声、新しい影」
<https://www.mot-art-museum.jp/exhibitions/mot-annual-2019/> より

^{*27} 森美術館ウェブサイト「過去の展覧会－森美術館 15 周年記念展 六本木クロッシング 2019 展：つないでみる」
<https://www.mori.art-museum.jp/exhibitions/roppongicrossing2019/> より

いう同様の性質を持った展覧会であることから、目的に対してこれらが指標となりえるものとして引用する。実際は現代美術館に限らず展示される機会も増えているが、1000以上の国内の美術館の3年間の展覧会となると膨大な数になってしまうため、国内の現代美術館でも有数の規模を誇るこの2館に絞った。また芸術祭でもその年の現代美術の傾向を見ることはできるが、美術館とは異なり同一の芸術祭であっても開催ごとにアーティスティックディレクターやキュレーターが交代する事が多く、運営組織自体解散されることもあるため、招聘される作家・作品の選定基準や方針はそれによって左右される。そのためあくまで美術館に絞った。調査bに対しても東京都現代美術館の収蔵作品中でメディア・アートに分類できる作品数を見た。東京都現代美術館の収蔵作品の核となっているのは、東京都美術館（前・東京都美術館）から移管された所蔵作品約3000点である。同館が1968年の老朽化に伴う新館増築に際して、美術館が常設機能を持つために収集を始めて構築された現代美術のコレクションが、東京都現代美術館開館にあたって収集保存と展示の機能と収蔵作品を丸ごと移されたという経緯がある。それに加えて東京都現代美術館が準備室立ち上げ時から今に至るまで新たに収集した作品を含めると現在5,400点に及ぶ美術作品が収蔵されている。古くは20世紀初頭に制作された作品も含まれるが、戦後から2010年代まで含む現代の若手作家作品を中心に国内外の作品が収蔵されている。^{*28}これが目的に対して十分な評価軸となり得る根拠は、収蔵作品数の規模に加えて、2019年のリニューアル・オープンに際して新しく約400点の作品が所蔵された事が挙げられる。この中には2010年代に制作された作品も含まれる^{*29}。加えて、消極的な根拠ではあるが、日本の公立美術館では作品収集のための十分な予算が充てられるのは開館前のコレクション形成時のみで、以後そのケタは3つ、4つほど変わってくる。つまり開館以降、一度に400点の作品を収蔵できる機会があることは国内的にも珍しい。収蔵作品の収集経路は購入に限らず寄贈か寄託の場合もあるが、そのタイミングや申し入れのあった作家・作品が美術館の収集方針と一致しているかなど、これについても美術館側の意思に基づいて行われることは少ない。また現代美術について言えば、作家が存命である場合の方がほとんどであり、作家自身やその家族から寄贈されるケースは少ないと予想される。収蔵作品の購入元や寄贈、寄託の経緯等は個別の作品所有者のプライバシーにも関わる事案であり想像の域を出ないが、収集家にとっても同様で、美術館に所

^{*28} 東京都現代美術館ウェブサイト「当館の収蔵作品について」<https://www.mot-art-museum.jp/collection/> 参照

^{*29} 東京都現代美術館ウェブサイト「リニューアル・オープン展ティザーサイト『MOT コレクション ただいま/はじめまして』」<https://www.mot-art-museum.jp/renewal2019/> 参照

蔵される程の現代作家の作品であれ以後価値が上がる可能性から作品は手放し難いのではないだろうか。そして a, b の調査を行う際に作品を「メディア・アートの作品」と分類するための条件は以下の通りとした。

1. 作家自身が肩書きとしてメディア・アーティストを名乗っている。
2. 使用されたメディアが「映像」、あるいはマルチメディア的な作品。
3. 映像作品の場合、それ自体が作品たり得ていること。記録やアーカイブの性質が強い場合は除く。
4. 作品のメディアに関わらず、作品の主題がサイエンス・テクノロジー、インターネット・テクノロジー、情報化社会などを扱っている。
5. 同一の作家による他作品において上記の項目に当てはまる作品がある。

以上のいずれかの条件に当てはまった場合に、便宜的にメディア・アート、メディア・アーティストと分類する。メディア・アートがいかに定義できないものかについては、後述するが、ICC 主任学芸員・畠中実はメディア・アートと呼ばれる作品群には一定の共通項が見いだせるとしながら、その言葉自体は「ある種、包摂的な言葉になっていて、コンピュータ、デジタル、キネティックなど、あらゆるものを含んだもの^{*30}」であると述べている。その言葉が示す範囲が広範でありながら曖昧であるため、作家が自身の作品や活動をメディア・アートであるという意識は無くとも、作品に用いるメディアや表現手法によってはメディア・アートと分類されてしまうという場合もあると考えられる。ただし、本稿では執筆時点で体系化されているところの系譜と定義付けを元にメディア・アートという言葉を用い、明確な分類や意味付けは行わないことを前提としている。

^{*30} 『メディア・アート原論 あなたは、いったい何を探求しているのか?』より「メディア・アートという言葉」p.22

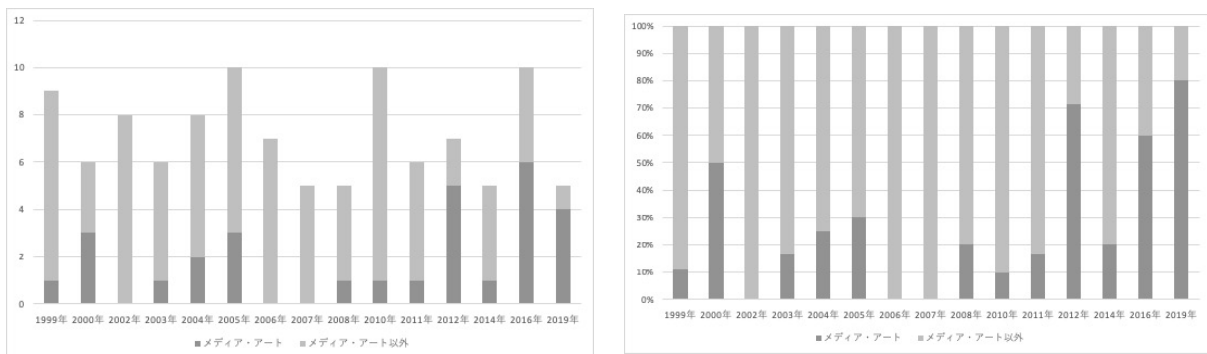


図1 調査a結果：MOT アニュアル（1999年から2019年の推移，左図：数による比較，右図：割合による比較）

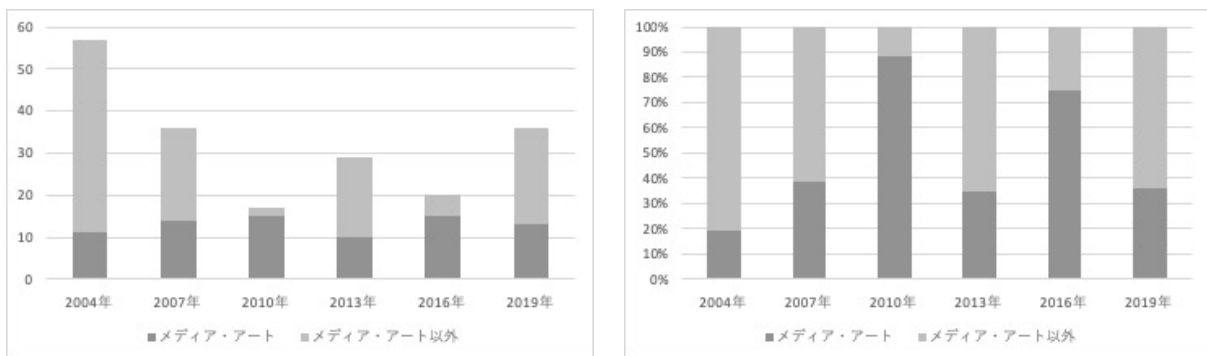


図2 調査a結果：六本木クロッシング（2004年から2019年の推移，左図：数による比較，右図：割合による比較）

2.3 体系化され始めたメディア・アート

1990年代にはメディア・アートは「まだ生まれたばかりの領域であり，全体を体系的に展望することはまだできない^{*31}」とされていたが，2020年現在ではメディア・アートの歴史を体系化する試みは進みつつある．日本語の書籍だけでも伊奈新祐 編『メディアアートの世界—実験映像 1960 - 2007』（2008年），坂根巖夫 著『メディア・アート創世記—科学と芸術の出会い』（2010年），馬定延 著『日本メディアアート史』（2014年），久保田晃弘+畠中実 著『メディアアート原論 あなたは，いったい何を探し求めているのか？』（2018年）などがあり，日本のメディア・アート興隆に寄与してきた当事者本人たちによってその歩みがまとめられている．そして2016年に発表した拙著論文「メディア・アート3.0」では当時のチームラボやRhizomatiksの躍進から，メディア・アートの過去と現在の状況を体系化し，そこからメディア・アートの未来を批判的に想像すること

^{*31} ペヨトル工房『Ur [ウル] NO.1 特集：ハイパーアート』1990年，浅田彰「メディア・アートへの導入——私的なメモ・ランダム」p.31

を試みた。当時出版前だった『メディアアート原論 あなたは、いったい何を探し求めているのか?』を除き、同論文執筆時にはメディア・アートの変遷を把握するために上記の書籍が非常に参考になった。またチームラボと Rhizomatiks については美術手帖で特集が組まれている。^{*32}メディア・アートが指す領域を定義することが難しいことと同様に、メディア・アートの変遷の全体を見ることは現在もできていないだろう。しかし、メディア・アートが今に至るまでにどのような社会状況と関わりを持ってきたのかというような、いくつかの要素は明らかにされている。

その潮流の始まりは、1950 年代から 60 年代にかけて登場した実験工房やフルクサス、E.A.T. のようなインターメディアと言われる前衛芸術運動に見られ、1970 年に開催された日本万国博覧会（以下、大阪万博と称す。）で一度ピークを迎えたとされる。広く知られている通り、「人類の進歩と調和」が統一テーマに掲げられた大阪万博の演出には岡本太郎や山口勝弘、松本俊夫など前衛芸術家らはじめとする芸術界から多くの人材が登用された。万博がイデオロギーや資本中心的な祝祭であることを差し置いて、前衛芸術家たちがそれを拒まず参加を受け入れたのは、当時日本を包み込んでいた未来への期待感と「成長神話」を信じてやまない空気感が彼らにも例外なくあったからだった。また活動の領域が限られていた同時代の芸術が社会との接点を持てたことは彼らにとっては大きな意味を持っていた。^{*33}しかし万博の後に待ち受けていたのは決して明るいだけの未来ではなかった。オイルショックや環境汚染問題、連合赤軍による浅間山荘事件など、近代化が日本社会に産んだ亀裂が露わになり、60 年代以降の多幸感や希望は、科学技術に対する疑念へと変わっていった。その空気は芸術界も包み込み、作家たちも途端にテクノロジーから手を引いてしまった。しかし 2 度のオイルショックを乗り越えた日本はさらなる高度経済成長を迎え、科学技術の進歩とそれが一般家庭に届く速度は加速した。加えて経済的に潤い始めた国と企業はこぞって文化支援事業に乗り出す。つまり企業によるメセナ活動と行政による文化施設の設置の動きが高まった。これはメディア・アートにとっては活動の場を広げる好機となり、芸術表現として価値づけされる土壌ができ始める大きなきっかけとなった。美術館設置の動きは 2000 年代初頭まで続くが、バブルがはじけた後はメセナ共にその勢いは収束していった。しかしここで 1997 年に ICC、2003 年に YCAM が開館したことでメディア・アートの活動の場は保たれた。両館の地道でありな

^{*32} 株式会社美術出版社『美術手帖 vol.63 NO.952 2011 年 6 月号 [特集] ピクシブ チームラボ』、株式会社美術出版社『美術手帖 vol.69 NO.1048 2017 年 1 月号 [特集]Rhizomatiks 世界に誇る“フルスタック” 集団ライゾマティクスのすべて』

^{*33} 馬定延『日本メディアアート史』アルテスパブリッシング、2014、p.49

から革新的な働きと、さらなる科学技術と通信技術の発展に伴ってメディア・アートは活動の領域を広げている。当然ながら全てのメディア・アートにこれが当てはまるということは決してないが、というのが主だった戦後の社会状況とメディア・アートの関わりと変遷だ。このように、メディア・アートを中心とした歴史の体系化は進んでいる。しかし本稿ではその中心を美術館に移し、メディア・アートを1つの環境として捉えようとしている。

2.4 メディア・アートが生むコミュニケーションの豊かさ

著者自身、YCAM には 2018 年の春に 2 週間のインターンシップ^{*34}と夏に 1 週間ほど自主的に滞在し、また同年の 8 月から 11 月までオーストリアのリンツ市にある Ars Electronica でインターンシップを行い、そして 2019 年 3 月より ICC にて業務委託契約という形で学芸員アシスタントの職務に就いているという経緯がある。ここで Ars Electronica について簡単に触れておく。Ars Electronica とは、1979 年より開催している Ars Electronica Festival を端に発して活動を開始したメディア・アートを中心とする「芸術祭、コンペティション、センター、ラボをはじめとする活動全体を指す名称である。」^{*35} メディア・アートの芸術祭としては世界的にも最も歴史が古く、フェスティバル中に授賞式が行われるコンペティション、Prix Ars Electronica は“メディア・アートのオスカー”と称されるほどアーティストや研究者にとって権威とされている。Ars Electronica が活動の拠点としているリンツ市は、普段は非常に落ち着いていてのどかな雰囲気にも包まれているという印象を持ったが^{*36}、そこには世界中からアーティスト、研究者、あるいは企業が集まり、最先端のメディア・アートを媒介にした巨大なコミュニティが形成されている。ここで本筋に戻るが、著者が YCAM, Ars Electronica, ICC というメディア・アートの最前線の現場で経験したことから共通して持った各館の印象は、テクノロジーの持つ静的で無機質なイメージとは裏腹に、そこにいる人々の活気や熱意に満ちた人間味溢れる豊かさだった。それは、日本の美術館に対する硬質で旧態依然なイメージとも大きくかけ離れているものだった。メディア・アートの持つ新規性やある種の華やかさ以上

^{*34} 山口情報芸術センター [YCAM] ウェブサイト「インターンシップ」<https://www.ycam.jp/recruit/intern/>

^{*35} 鷺尾和彦『アルスエレクトロニカの挑戦』p.18

^{*36} 鷺尾和彦『アルスエレクトロニカの挑戦』p.12-14「首都ウィーン、グラーツに次ぐ国内第3の都市で、オーバーエスターライヒ州の州都でもある。人口は約20万人、コンパクトながら産業、文化、歴史、自然がバランス良く揃った環境が魅力だ。ドナウ河の港湾施設周辺に形成された巨大な産業集積地に対し、中心街地は歴史的街並みが残り、落ち着いた雰囲気を守り続けている。中央広場を中心とした旧市街地には、カラフルなファサードを持つルネッサンス期からの建物も残っている。」

に、それぞれの施設で働く人たちとそこに訪れる人たちの対話を中心とした有機的な活動のあり方に、文化施設全体の未来への可能性を感じた。

その要因はなんだろうか。ICC の構想からコミッティとして参加していた彦坂裕は ICC コンセプト・ブックの巻頭に掲載されている座談会で、「既存のアートや美術館などの伝統的な価値観と、ICC がつくろうとしている新しい価値観の間のギャップ」について触れ、次のように述べている。

モノではないものをどうコレクションするか。あるいはプロセス、生成の過程をどう見せるか、あるいはモノとモノとの関係の部分はどう保存して成長させるか、そういうタイプのものを受け取る受け皿がないという気がするんです。要は、文化に対し死体解剖をやっているのではなくて生体解剖をやっている場がほしい。^{*37}

美術館は時に「美術作品の墓場」と揶揄されることがある。作品が美術館に所蔵されることは画家にとっては名誉なことと受け取れるが、一方で美術館に収蔵された作品は展示される機会が回ってこない限り収蔵庫で眠り続け、仮死状態に等しいとも言える。また鑑賞者にとって美術館で出会う美術館作品というのは「過去のモノ」であるという意識が大きい。そして絵画・彫刻であればなおさらその性質は大きい。美術作品の生き死になどと言うとオカルトのようだが、そうした意味ではメディア・アートは今に生きる作品を生む芸術領域と考えられるだろう。次々と新しいテクノロジーが生まれ、より身近なものとして生活の中に入り込んでいる最中、メディア・アートはそうしたテクノロジーを介した表現を提示する。そこには決まった価値基準はなく、目の前にある作品の価値はこの瞬間に議論されているのだ。作品の鑑賞者（体験者）はメディア・アートを通してテクノロジーとの接し方、距離感などを思い返し、日常を省みることになる。そのように同時代性が強いメディア・アートはコミュニケーションを促し、生きた美術館体験を生むのだろう。しかし、従来のアートや美術館がそうした生きた体験を生むことができないと言いたいわけではない。ただし、彦坂がいうような過去の価値観の中で作品を閉じ込めていては、克服することはできないだろう。

メディア・アートと人の関係性／コミュニケーションについては、もう一つ参照したいエピソードがある。韓国出身のメディア・アート研究者・馬定延（1980 —）が著書『日本

^{*37} NTT インターコミュニケーション・センター [ICC]『ICC コンセプト・ブック』『座談会 電子コミュニケーション革命と新しい文化の創造に向けて』NTT 出版、1998 年、p18、この座談会には彦坂と同じく ICC コミッティであった浅田彰と伊藤俊治、そして開館当時館長を務めた兼子隆の 4 人が参加している。

メディアアート史』(株式会社アルテスパブリッシング, 2014 年)の執筆に際して行ったインタビューに関して、同著の中で以下のように触れている。

単なる偶然かもしれないが、それぞれ ICC と YCAM で行った四方と阿部とのインタビューに共通して強調された点は、「人」であった。(略)メディアアートという分野も命名もまだ確立していなかった時点で、前例のない実験に取り組む当事者として始めた二人のキュレーターに知識と経験、世界の作家との交流とそれからまた派生したネットワークこそが、その後の 10 余年の原動力となったのである。インターネット上の情報が「無=0」になることが可能であるとしても、人の中に蓄積された情報が完全に消えることはない。アイロニカルにも、非物質の媒体による表現、メディアアートの遺産はここにあった。^{*38}

四方幸子(1958 ー)は、現在はフリーランスのキュレーターとして活動、多摩美術大学および東京造形大学客員教授、明治大学兼任講師、IAMAS(情報科学芸術大学院大学)非常勤講師を務め、これまでキヤノン・アートラボ(1990-2001)、森美術館(2002-04)、NTT インターコミュニケーション・センター[ICC](2004-10)にてキュレーターを歴任した。^{*39}阿部一直(1960 ー)は、現在フリーキュレーター、プロデューサーとして展覧会やプロジェクトを行い、四方と同様に、1990 年からキヤノン・アートラボにてキュレーターを務め、2001 年の開館準備室設置から YCAM のアーティスティックディレクター、副館長を兼任した。^{*40}キヤノン・アートラボについては後述するが、四方と阿部はその経歴の通り、この 30 年間に見られる日本でのメディア・アートの興隆の渦の中で、それを推し進めた中心人物である。芸術分野はモノを中心に考えられがちだが、両者が口にしたように、メディア・アートは常に「人」とともに存在し、「人」によって語られるものなのだ。それは先に述べた同時代性も寄与しているし、また従来の芸術はある種、作家が自己と向き合った先にあるものが多く、それに対してメディア・アートは制作にテクノロジーを介することで自然と作家の思考や意図は自己の外側、社会と繋がってゆくからだと言える。メディア・アートを語る際に技術の新規性やエンターテインメント性に集約させてしまえば、メディア・アートが持つ潜在的な力は失われてしまうだろう。そのよう

^{*38} 馬定延『日本メディアアート史』p.270-271

^{*39} 美術評論家連盟[AICA JAPAN]ウェブサイト「会員情報」<http://www.aicajapan.com/ja/memberprof/shikata-yukiko/>

^{*40} 山口情報芸術センター[YCAM]ウェブサイト「YCAM インターラボースタッフ紹介」https://www.ycam.jp/aboutus/interlab/staff/kazunao_gbe.html

なメディア・アートが持つ特性や，場を作るにあたっても「人」が大事になったことを四方と阿部の両者は経験として理解し，そのノウハウがICCとYCAMにも確実に受け継がれている。

3 日本の美術館を取り巻く法制度

3.1 法制度上の歪み

日本の美術館が社会教育上の機関たり得る要項を定める制度は主に博物館法、文化財保護法があるのだが、各法律の所管省庁が異なることなどを理由に両法律間の整合性のなさが指摘されている。博物館法は図書館法と同様に、文部科学省が所管する社会教育法に準拠する形で1952年に施行され、文化財保護法は史蹟名勝天然記念物保存法、国宝保存法、重要美術品等ノ保存ニ関スル法律を統合する形で文化庁の所管で1950年に施行されたという異なる経緯を持つ。加えて、後付け的に制定された独立法人国立美術館法や指定管理者制度によって、美術館を取り巻く制度間にさらなる歪みが生じている。「長期化する不況の下、慢性的な財源難を背景にして浮上してきた経緯^{*41}」があるこれらの法律、制度は、1970年後半以降の美術館建設ラッシュの顛末としてバブル崩壊後、大きな負債となったいわゆるハコモノに対する、また国の経済全体の再建を手助けする一手であった。それらは博物館、美術館を国家や各行政機関から切り離し独立性を高めることや、質の高いサービスを取り入れるために民間のノウハウを取り入れることなどを目的とし、また外部の専門委員を積極的に設置するなどして第三者による監査や評価軸を置き、運営の効率化と透明化を目指した。しかし、厳しい財政難を背景に制度の導入だけが急がれ、十分な議論がなされなかった。結果として経営の側面を重視する動きにつながり、そもそも収益を目的としない研究・教育機関であるはずの美術館像とのギャップを生んでしまった。有名な西洋絵画や海外の美術館のコレクション展、ディズニーの原画展など、いわゆるブロックバスターと呼ばれる集客に徹した大規模な巡回展が企画展示の大部分を占めるようになったり、美術館活動の主軸となるべき学芸員の雇用人数と条件が厳しくなったり、それによって美術館活動の縮小や混乱が生じたりと、運営の効率化を目指すことで皮肉にも美術館運営に歪みを生んでしまった。さらに、国立美術館（博物館も同様）についていえば、その設置主体が独立行政法人となったことで、都道府県教育委員会の登録を受けなければならない「登録博物館」にはなり得ず、「博物館に相当する施設」に分類されることとなった。またその運営に関する要項は独立法人国立美術館法と文化財保護法が適用され、博物館法の適用からは外れることとなった。つまり我が国の博物館法では国立館が博物館とみなされていないという制度上の歪みも生じている。

^{*41} 前掲、暮沢剛巳『美術館の政治学』青弓社、2007年、p.192

それに伴う国立博物館、美術館の他の公立館との違いのひとつとして入館料の設定がある。博物館法第23条では「公立博物館は、入館料その他の博物館資料の利用に対する対価を徴収してはならない。但し、博物館の維持運営のためにやむを得ない事情のある場合は、必要な対価を徴収することができる。」とされており、公立館の中でも割合としては有料館が多いながらも常設展の大人一人の料金の中央値が300円であるのに対して^{*42}、国立美術館は常設展の観覧料の値上げを2017年に行い、東京国立近代美術館と国立西洋美術館は500円、京都国立近代美術館と国立国際美術館は430円と高めに設定されている。(2020年2月現在)また東京国立博物館、京都国立博物館、奈良国立博物館は2020年4月より常設展の入場料値上げを決定しており、東京国立博物館は大人一般料金を現在の620円から1,000円まで値上げされる。そこから国立館ですら十分な運営費を確保できていない事実が浮き彫りになったこともポイントではあるが、国立館の存在が博物館法の網を抜けていることでもたらされた状況として見ることができる。

3.2 文化芸術基本法と文化芸術推進基本計画

2017年には「文化芸術振興基本法の一部を改正する法律」として文化芸術基本法が施行された。その「新・文化芸術基本法第7条に基づく初めての文化芸術推進基本計画」が2018年に提示された^{*43}。ここでは以下の目的^{*44}と、中長期的な観点に基づいて2018年から2022年の5年間を第1期として以下の4つの目標^{*45}と6つの戦略^{*46}が掲げられている。

新しい文化芸術基本法の下、政府一体となって本基本計画を推進することにより、文化芸術の「多様な価値」、すなわち文化芸術の本質的価値及び社会的・経済的価値を文化芸術の継承、発展及び創造に「活用・好循環させ」、「文化芸術立国」を実現することを目指す。

- 目標1：文化芸術の創造・発展・継承と教育—文化芸術の創造・発展、次世代への継承が行われ、すべての人々に充実した文化芸術教育と文化芸術活動の参加

^{*42} 公益財団法人日本博物館協会『日本の博物館総合調査報告書』p.17-p.18, 平成29年 <https://www.j-muse.or.jp/02program/pdf/H25%20sougoutyousa.pdf>

^{*43} 文化庁ウェブサイトより「文化芸術推進基本計画—文化芸術の「多様な価値」を活かして、未来をつくる—(第1期)」
https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/hoshin/pdf/r138948001.pdf (2020年2月8日閲覧)

^{*44} 同前, p.1より

^{*45} 同前, p.5, p.8, p.9, p.10より

^{*46} 同前, p.13, p.16, p.18, p.21, p.23, p.24より

機会が提供されている。

- 目標 2：創造的で活力ある社会—文化芸術に効果的な投資が行われ、イノベーションを生まれるとともに、文化芸術の国際交流・発信を通じて国家ブランドの形成に貢献し、創造的で活力ある社会が形成されている。
- 目標 3：心豊かで多様性のある社会—あらゆる人々が文化芸術を通して社会に参画し相互理解が広がり、多様な価値観が尊重され、心豊かな社会が形成されている。
- 目標 4：地域の文化芸術を推進するプラットフォーム—地域の文化芸術を推進するためのプラットフォームが全国各地に形成され、多様な人材や文化芸術団体・諸機関が連携・協働し、持続可能で回復力のある地域文化コミュニティが形成されている。

- 戦略 1：文化芸術の創造・発展・継承と豊かな文化芸術教育の充実
- 戦略 2：文化芸術に対する効果的な投資とイノベーションの実現
- 戦略 3：国際文化交流・協力の推進と文化芸術を通じた相互理解・国家ブランディングへの貢献
- 戦略 4：多様な価値観の形成と包括的環境の推進による社会的価値の醸成
- 戦略 5：多様で高い能力を有する専門的人材の確保・育成
- 戦略 6：地域の連携・協働を推進するプラットフォームの形成

ここでは全体を通じて、非常に多角的な目線を持ち日本の文化芸術の本質的な価値の醸成を目指す姿勢が示されているが、記載されている目標や戦略からどこまで具体的な実例が示されるのか、また 2020 年を一つの起点として戦略の多くが対外的な文化の利活用を志す強い意識を汲み取ることができることから、第 1 期の期間終了時での精査が重要となってくる。またここでも「メディア芸術」、「メディアアート」が頻出しており、これは文化庁が推進する「メディア芸術」の振興と重なる。マンガやアニメ、ゲームを含む「メディア芸術」利活用による文化振興はクールジャパン的な国家戦略の一部として見ることができると、本稿でいうメディア・アートととの棲み分けを行う必要があることもここで留意しておく。

3.3 リーディングミュージアム（先進美術館）構想

文化庁は2018年4月17日付で政府の未来投資会議構造改革徹底推進会合「地域経済・インフラ」会合（中小企業・観光・スポーツ・文化等）において「アート市場の活性化に向けて」という資料を提出。以下はどう資料を参照し^{*47}、その具体的策案と美術館との立場の違いを指摘する。「文化政策が歴史的転換期を迎える中、『新・文化庁』として前例なき改革を断行」するとして、「アート市場活性化事業」を提唱した。この資料によると2018年時点の日本のアート市場の規模は2437億円にとどまり、世界のアート市場の全体の規模が637億ドル（約6.75兆円）に対してその割合は約3.6%にしか満たしていない。国別のシェアとしては、アメリカが2.84兆円（42%）、次いで中国が1.42兆円（21%）、イギリスが1.35兆円（20%）を占めている。それに対して、世界3位のGDP規模を持つ日本にはまだアート市場拡大の余地が十分にあるという見解を文化庁は示している。そこで現状の課題として、日本の美術館と、日本国内のアートフェア、ディーラー、オークションといった市場の土壌自体、また芸術祭や批評活動全てにおいて市場への影響力の脆弱さを挙げている。海外の国立美術館・博物館との比較値を示しながら（図3参照）、美術館においての課題は、「収集予算が少なく購入力が極めて弱い／優遇税制が弱く寄贈も少ない／学芸員の絶対数が少なく、組織体制が脆弱／市場との関係性も希薄」だと示している。そこからアート市場の活性化」に向けた具体的な策の方向性として、「優れた美術品がミュージアムに集まる仕組みを構築し、美術品の二次流通の促進、アートコレクター数の増、日本美術の国際的な価値向上を図るとともに、国内に残すべき作品についての方策を検討し、アート市場活性化と文化財防衛を両立させ、インバウンドの益々の増に繋げる。」その施策として

1. リーディング・ミュージアムの形成
 - ・学芸員等体制の強化
 - ・全国のミュージアム・コレクションのネットワーク化
 - ・ミュージアム・コレクションを持続的に充実させる仕組みづくり
2. アートに係るインフラ整備
 - ・美術品がミュージアムに集まることを促す税制の検討

^{*47} 首相官邸ウェブサイトより「アート市場の活性化に向けて」（2020年2月8日閲覧）<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/miraitoshikaigi/suishinkaigo2018/chusho/dai4/siryou7.pdf>

博物館・美術館の国際比較

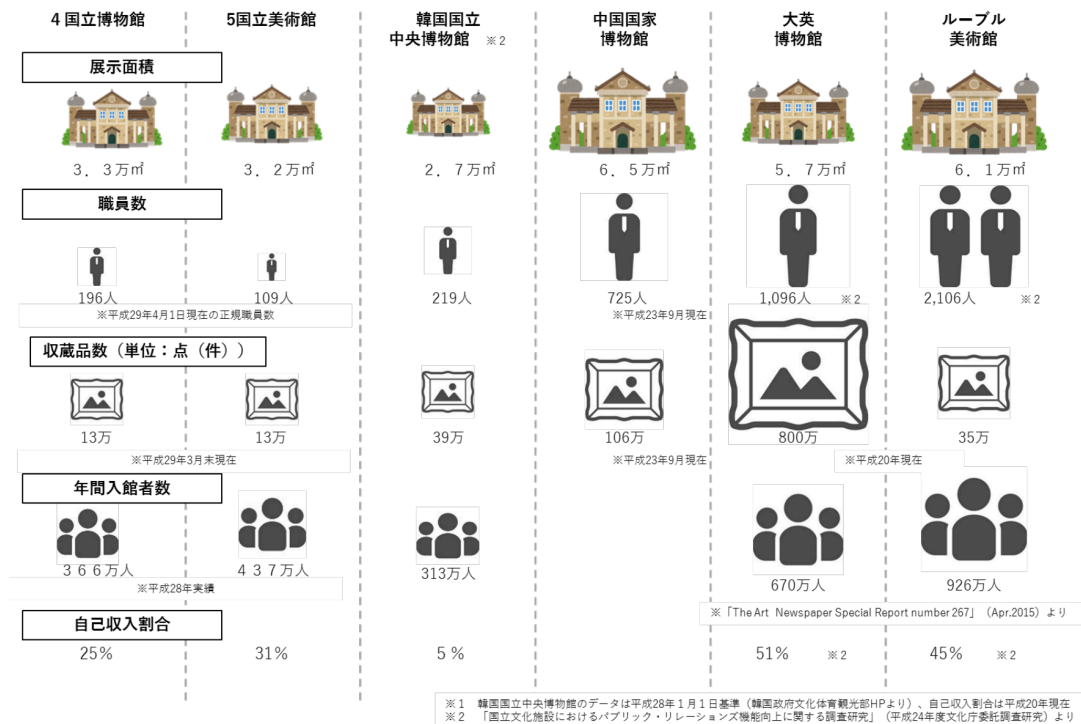


図3 2018年4月17日付資料『アート市場の活性化に向けて』p.9より「博物館・美術館の国際比較」

・「データベース」「アーカイブ」「トレーサビリティ（来歴情報）」の整備

3. 世界のトップ層を呼べるアートイベントの実現

4. 日本美術に関する情報の積極的海外発信（翻訳支援等）

を掲げている。そしてこの資料が特に議論を生んでいるのはこの部分である。「リーディング・ミュージアムの形成」とその目的である「優れた美術品がミュージアムに集まる仕組みを構築し、美術品の二次流通の促進」というのは、つまり美術館がアート市場への関与を推奨し、市場活性化のためにコレクションの売買を国が推奨していくと受け取ることができる（図4、5参照）。「リーディング・ミュージアム」とされる美術館は「我が国を代表する美術館等」が指名されるようで、その機能を具体的に言えば、

アートフェアや個々のアーティスト、また「プライマリー・ギャラリー」から作品を購入し、また個人や企業のコレクターから作品を寄付される（この寄付については優遇措置を適用する）。そして、「国内に残すべき作品についての方策を検討」し、

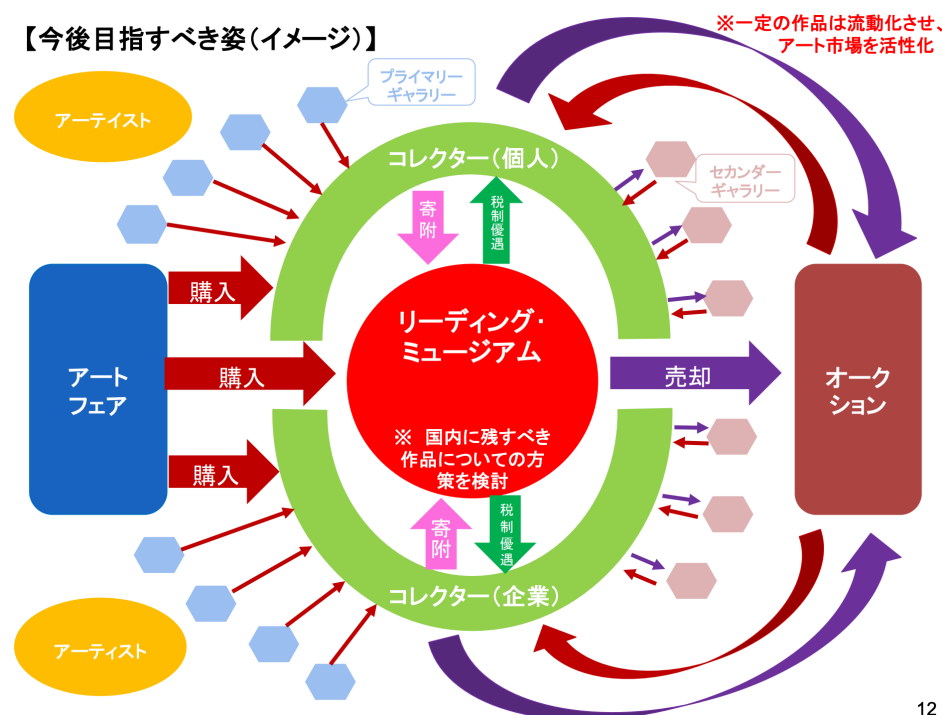


図4 物議を醸した「リーディング・ミュージアム構想」とそのイメージ図，2018年4月17日付資料『アート市場の活性化に向けて』p.12より「今後目指すべき姿（イメージ）」

また「一定の作品は流動化させ、アート市場を活性化」させる。そして「流動化させるべき」と決定した作品については、オークションや「セカンダリー・ギャラリー」で売却する^{*48}

ことである。また個人コレクターや個々の作家からの美術館への作品寄贈を促す政策として、特定の美術品への優遇税制制度を創設することも計画に盛り込まれている。国内の国公立私立美術館394館が加盟する（2020年2月現在）全国美術館会議を始めとして、この「リーディング・ミュージアム構想」を問題視する声が多く美術関係者から上がっている。この全国美術館会議は、2017年に『美術館の原則と美術館関係者の行動指針』を第66回全国美術館会議総会で採決したばかりであった^{*49}。その内容は美術館の本来のありべき姿を示した11の原則と、11の行動指針が示されている。採択まで約5年をかけて作成されたこの原則と行動指針が検討されるに至ったその背景については、2017年10月

^{*48} 梅原 宏司『「アート市場活性化事業」構想についての一考察—「ミュージアム」が果たす役割の観点から—』社会デザイン学会学会誌 Vol.10, 2018年

^{*49} 全国美術館会議ウェブサイトより「美術館の原則と美術館関係者の行動指針」（2020年2月7日閲覧）<http://www.zenbi.jp/data/ist.php?g=4&d=3>

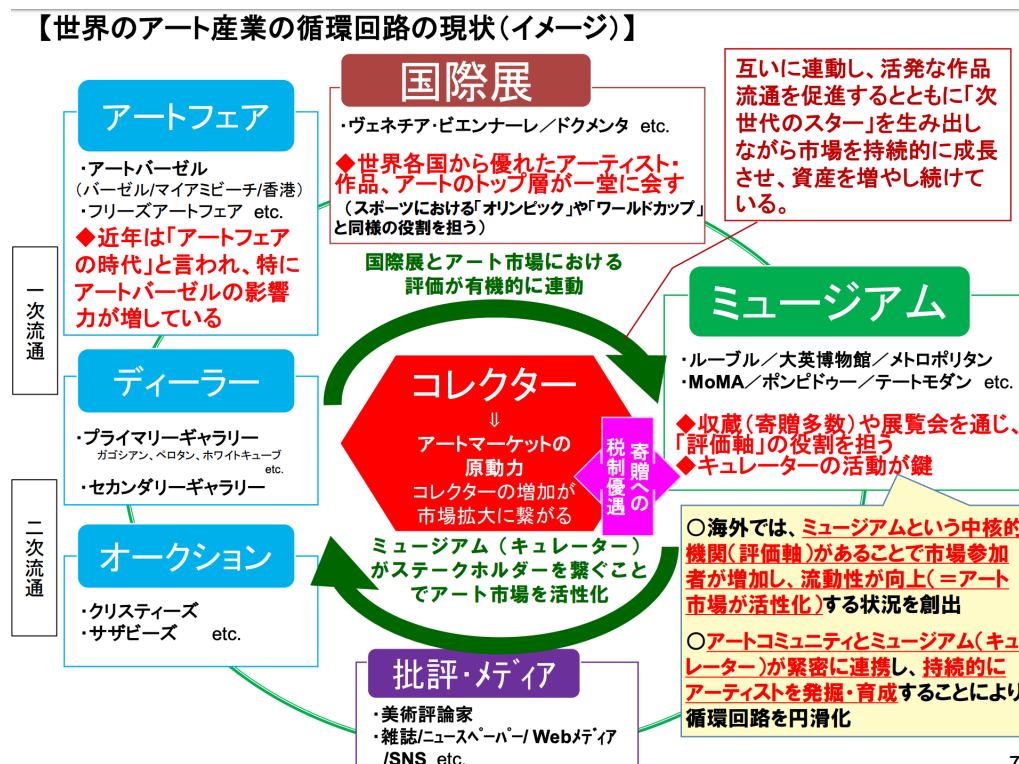


図5 日本のアート市場活性の模倣とされている、世界のアート市場の動き、2018年4月17日付資料『アート市場の活性化に向けて』p.7より「世界のアート産業の循環回路の現状(イメージ)」

10日に報道向け記者会見の中で、同会議会長の建畠哲（埼玉県立近代美術館館長）と副会長の山梨俊夫（国立国際美術館館長）は以下のように示した。

現在、美術館の運営は、行政などの直営ではない指定管理者制度による効率化の追求や、山本幸三・元地方創生担当大臣による「学芸員はガン」発言などに見られる美術館活動に対する認知度の低さ（あるいは軽視）など、決して楽観的とは言えない状況にある。そんな様々な要因が重なったことも、今回の原則と行動指針の策定につながっている。^{*50}

またその全国美術館会議が文化庁の「リーディング・ミュージアム構想」に抗議する形で出した声明は以下に示す通りだ。^{*51}

^{*50} 美術手帖ウェブより 2017年10月11日付の記事「美術館はどうあるべきか？ 全国美術館会議が『美術館の原則と美術館関係者の行動指針』を公表」（2020年2月7日閲覧）<https://bijutsutecho.com/magazine/news/headline/8060>

^{*51} 全国美術館会議ウェブサイトより「美術館と美術市場との関係について（声明）」（2020年2月8日閲覧）<https://www.zenbi.jp/data/ist.php?g=91&d=579>

美術館はすべての人々に開かれた非営利の社会教育機関である。美術館における作品収集や展覧会などの活動が、結果として美術市場に影響を及ぼすことがありうるとしても、美術館が自ら直接的に市場への関与を目的とした活動を行うべきではない。

美術館による作品収集活動はそれぞれの館が自らの使命として掲げた収集方針に基づいて体系的に行われるべきものである。美術作品を良好な状態で保持、公開し、次世代へと伝えることが美術館に課せられた本来的な役割であり、収集に当たっては投資的な目的とは明確な一線を画さなければならない。

なお、収集活動は購入ばかりではなく寄贈も大きな比重を占めている。将来にわたって美術館が信頼すべき寄贈先と見なされるためにも、この基本方針は重要な意味を持つものである。

これは『美術館の原則と美術館関係者の行動指針』の中の美術館のコレクション形成と保存に関する原則 6 と行動指針 6 に基づいていた声明になっている。以下に原則 6 と行動指針 6 を抜粋してその内容を記す。^{*52}

- 美術館の原則 6 美術館は、体系的にコレクションを形成し、良好な状態で保存して次世代に引き継ぐ。
- 美術館関係者の行動指針 6： 収集・保存の責務美術館に携わる者は、作品・資料を過去から現在、未来へ橋渡しすることを社会から託された責務として自覚し、収集・保存に取り組む。美術館の定める方針や計画に従い、正当な手続きによって、体系的にコレクションを形成する。

以上、全国美術館会議が表明しているように、本来の美術館と作品の関係性は売買を見越したものではなかったはずであり、アートや美術館に対する経済効果を期待する文化行政の思惑と社会教育施設である美術館の本質的な姿との姿が顕著に現れた事例となった。美術手帖による取材では、文化庁の担当者は「日本のアート市場活性化を通じて文化芸術立国の実現を目指すなかで、どういう手立てが有効か、ということを検討しているところ」であり、「確定していることは何もありません」とのことだそう。報道から騒動に発展して以降は、実際に政府の成長戦略会議において「リーディング・ミュージアム」の

^{*52} 前出、全国美術館会議ウェブサイトより「美術館の原則と美術館関係者の行動指針」（2020 年 2 月 7 日閲覧）<http://www.zenbi.jp/data/ist.php?g=4&d=3>

文言は使用されなくなっている.

4 日本の美術館の変遷

4.1 美術館の開館状況

文部科学省が主導して行なっている社会教育調査を元に、美術館総数の推移を見ていく。社会教育調査は「統計法（総務省）（平成 19 年法律第 53 号）第 2 条第 4 項に基づく基幹統計調査（基幹統計である社会教育統計を作成する調査）として、社会教育調査規則（文部科学省）（昭和 35 年文部省令第 11 号）に基づき実施している。」^{*53} 調査対象の範囲は博物館のほか、各自治体の教育委員会、公民館、図書館、青少年教育施設、女性教育施設、体育施設、劇場や音楽堂等の文化施設、生涯学習センターがある。博物館調査の対象になるのは、

- （ア） 博物館法第 2 条に規定する博物館
- （イ） 博物館法第 29 条に規定する博物館に相当する施設
- （ウ） 博物館と同種の事業を行い、博物館法第 29 条に規定する博物館に相当する施設と同等以上の規模の施設

となっている。つまり博物館法でいうところの「登録博物館」、「博物館相当施設」、「博物館類似施設」である。対象となる施設のこの調査への回答は、統計法の元義務付けられている。またこの調査は昭和 30 年から始まり、3 年から 5 年おきに実施されている。最新の調査は平成 30 年に行われ、調査結果の公表は中間報告に留まっている。そのため今回は前回実施された平成 27 年までの調査結果を参照し、グラフを作成した（図 6）^{*54}。

博物館類似施設の数が調査報告内に明記されたのは昭和 62 年からであった。そのため博物館類似施設を含んだ総数で見ると昭和 59 年までの数から一気に大きな開きが生じて見える。しかしその数を考慮したとしても、国内の美術館数の成長は著しい。特に平成 5 年から 8 年の間にかけての伸び率は著しい。美術館というのは、開館に至るまでに準備委員会の設置から建設までおよそ 10 年かかる事業でありこの時期に開館した美術館の多くが、1980 年代に設置の構想がされたものだと考えることができる。つまり日本の高度経済成長期には多くの美術館事業の計画がされたことの裏付けとなる。

^{*53} 文部科学省ウェブサイト「社会教育調査-調査の概要」https://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa02/shakai/gaiyou/chousa/1268405.htm

^{*54} e-Stat 政府統計の総合窓口 <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1> 参照

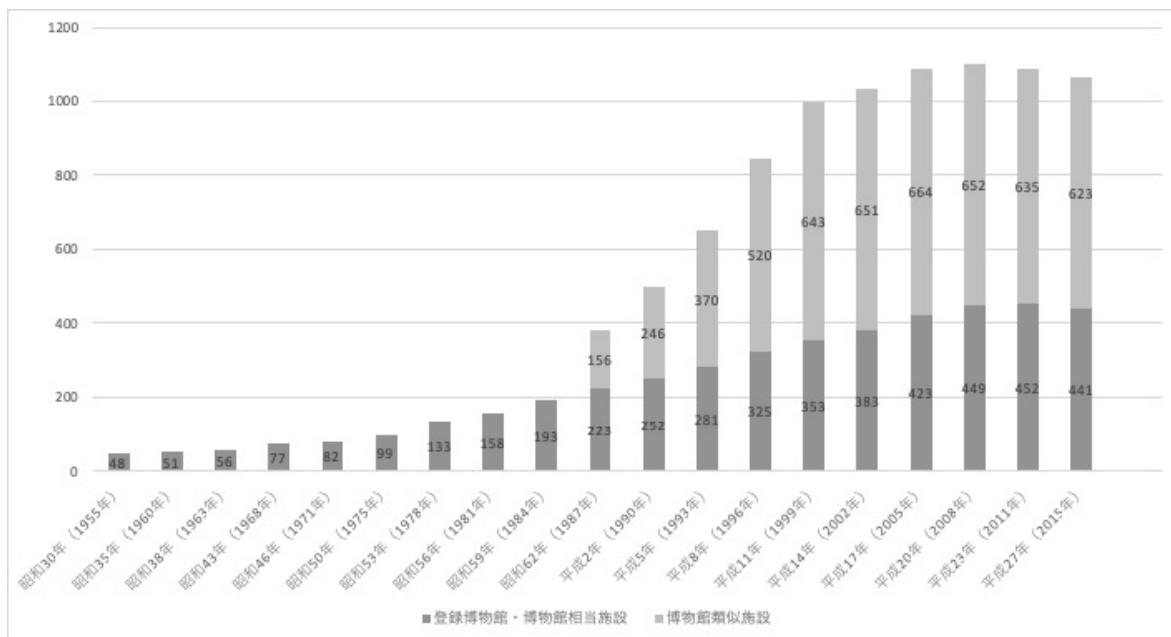


図6 日本の美術館数の推移（社会教育調査より）

4.2 21世紀の美術館

バブル崩壊後は、官民ともに力を入れていた文化支援事業を打ち切る流れに入り、21世紀に入ると美術館建設ラッシュも勢いが衰えその余波が見られる。しかし一方で勢いが衰えた後に作られた美術館は、数は減ったもののより慎重に「中身」の協議がされ、建築だけではなく活動内容に個性を持つようになった。70年代後半から始まった美術館建設ラッシュの際に作られた美術館というのは、制度に準じた入れ物として建てられたとよく言われる。より豊かで文化的な生活を志す社会の風潮とともに、その象徴の一つとして美術館を作る機運が高まったと考えられる。しかしそこでは、なぜ美術館なのか、美術館がもたらすものは何であるのかといった議論は十分にされなかったのではないかと想像できる。21世紀に近づくにつれて勢い任せの風潮に気がつき、反省的に美術館に向き合い、新しいあり方模索し始めるようになったと考えられる。

4.3 新たな動向

そうした新たな機運の中で ICC と YCAM も登場したと言える。ここで同時期に開館した特徴的な他の美術館、あるいは文化施設を挙げる。公立の現代美術を中心に扱う文化施設としていち早く開館した水戸芸術館現代美術ギャラリー（1990年）、また同じく現

代美術を扱う公立館としてより規模の大きい東京都現代美術館（1995 年）、公立図書館と映像ライブラリーやギャラリーなどの機能を複合的に備えたせんだいメディアテーク（2000 年）、六本木の一等地にある六本木ヒルズ上階に設置された森美術館（2003 年）、これは民間企業による美術館としては日本では類を見ないほどの規模を誇る。六本木の都市開発の核となり、その後の旧防衛庁跡地に建てられた東京ミッドタウンに入居するサントリー美術館と 21 __ 21DESIGN SIGHT（2007 年）、そして 5 つ目の国立美術館として開館した国立新美術館、多くの現代美術ギャラリーとともに、上野に次ぐアートコンプレックスを形成している。国立新美術館はコレクションを持たず、公募展への貸館事業を目的に計画された美術館で、東京都美術館同様、非常に日本特有の美術館のあり方を体現している。あるいは、金沢 21 世紀美術館や青森県立美術館、十和田市現代美術館のような地方の公立館としての新しい可能性を示す美術館などがある。こうした新しい美術館が登場した動向にはいくつかの傾向を見ることができる。その中でも ICC は企業による文化支援であるメセナ活動の高まり、YCAM は水戸芸術館やせんだいメディアテークのようないくつかの文化施設機能が複合的に集約された文化複合施設という考え方の登場としての代表的な事例として見ることができる。以下でそれぞれの動向について詳しく言及していく。

5 ICC と YCAM の構想

5.1 ICC の構想

ICC プロジェクトは 1990 年の NTT「電話 100 年記念事業」の一環としてスタートした。新たな電子情報時代が幕を開けようとしていた頃で、日本の通信インフラ事業を行っていた NTT は電気通信技術の発展と合わせて新たな事業の展開を望んでいた。また日本の社会全体でメセナ活動の機運が高まっていた頃でもあり、またデジタルテクノロジーの影響が文化芸術の展開にも変化を与え始めていた時代でもあったという背景から、NTT も「文化や芸術にも目を向けることが必要ではないか」という議論が社内に出てきた^{*55}。しかし、1996 年に Ars Electronica center, 1997 年にドイツ・カールスルーエの ZKM が開館しており、ICC 構想当初はメディア・アート・センターの前例がまだ無かった。そのために活動の基礎を形作るために思想家の浅田彰氏、美術評論家の伊藤俊治氏、建築家の彦坂裕氏の 3 名からなる「ICC コミッション」とワーキンググループを組織し、活発なディスカッションを元に NTT の文化事業として相応しい文化メセナを目指していった。そして開館までの 7 年間で、科学館と呼ばれるような「サイエンスを基調としたテーマ・ミュージアム」を超えた場所、つまり「ハードに頼らないソフトづくり」や「これからのあるべき文化保護」のような、当時の美術館が抱えていた問題を乗り越えることが志向されていった。また、当時すでに Ars Electronica をはじめとする欧米でのメディア・アート・フェスティバルの興隆と相まって、メディア・アート自体の価値醸成も進み、新たな域に達しようとしていたメディア・アートを情報化社会におけるアートの突破口になり得るものとしても可能性を見出し、ICC はメディア・アートを扱うことを選択した。そうした経緯から、ICC は「21 世紀に向けてのミュージアムの新しいモデルをつくるということをひとつの理念として」掲げた。さらに、NTT が扱う電子通信インフラとメディア・アートの双方から「電子情報時代のコミュニケーション文化」を中心に据えた「諸領域の相互交通の場所として『インターコミュニケーション・センター』という名前が浮かび上がってきた」^{*56}。こうした大掛かりな構想の元、ICC は開館以前のプレ活動から今に至るまで、メディア・アートを介したネットワークの形成とコミュニケーション

^{*55} NTT インターコミュニケーション・センター [ICC]『ICC コンセプト・ブック』NTT 出版、1997 年、p.10-p.22「[座談会] 電子コミュニケーション革命と新しい文化の創造に向けて／浅田彰＋伊藤俊治＋彦坂裕＋兼子隆」から、p.10 当時の館長・兼子氏の発言より引用。

^{*56} 以上同前、p.10-p.22「[座談会] 電子コミュニケーション革命と新しい文化の創造に向けて／浅田彰＋伊藤俊治＋彦坂裕＋兼子隆」を参照

【文化機能】	【交流機能】	【リフレッシュ機能】	【学習機能（図書館）】
<ul style="list-style-type: none"> ・歴史情報館 ・ハイビジョン劇場 ・ハイビジョン音楽ホール ・3Dシアター ・シミュレーションシアター ・ビデオ・シアター 	<ul style="list-style-type: none"> ・市民情報センター ・ショールーム ・自動車総合展示場 ・観光物産センター ・市民公開スタジオ ・カルチャーセンター ・アトリエ ・ギャラリー ・レンタル会議室 ・コンベンションホール 	<ul style="list-style-type: none"> ・フィットネス ・アスレチック施設 	<ul style="list-style-type: none"> ・図書館 ・学習センター ・映像図書館
		【その他機能】	【業務機能】
		<ul style="list-style-type: none"> ・市役所出張所 ・書店・文具等小売店 ・レストラン・喫茶店 ・駐車場 	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィス

図7 YCAMの前身となる計画内容（1993年「やまぐち情報文化都市基本計画」より）

ンの場を作り上げ、その結果として高いレベルの作品展示や多種多様なプロジェクト、研究会、またアーカイヴやコレクションを形成してきた。

5.2 YCAMの構想

YCAMの構想開始は1989年にまで遡り、開館時期はICCより6年後になるが構想開始の時期はほとんど同時期であった。そのきっかけとなったのは、旧郵政省を中心として1980年代前半から始まった地域情報通信活性化構想に、当時の山口市市長・佐内正治市長が感化されたことに始まり、1988年に「山口市における情報機能ゾーン形成に関する調査実施」、1989年に「第4次山口市総合計画策定（情報・業務・文化ゾーンの設定と「文化交流プラザ（仮称）」を位置づけ）」という運びとなった。当初の「文化交流プラザ（仮称）」であった時点から複合型の文化施設が計画されていたが、目指すのは「市民等の文化醸成・生涯学習の推進拠点」であり、その中心をなすのは「交流機能」のためのコンベンションホールとしての機能であった。当初の施設内の機能は以下の通りである。（図7参照）計画策定後は多数の協議委員会を設け、市民への説明会やアンケートを行うなどして地域住民からの声を積極的に取り入れようという意識が強く見られる。その結果として「文化交流プラザ（仮称）」の機能の中心はコンベンションセンターから図書館と劇場へと移行していった。1996年に指名制のコンペにより基本設計業者は磯崎アトリエに決定した。これにより、「IT技術の展開を視野に入れたインフラストラクチャー、ネットワークを重視した施設の方向性を決定づけることに」*57なり、かねてより「ハイビジョン劇場／音楽ホール」、「3Dシアター」など、最新のメディア・テクノロジーを積極的に取

*57 前掲、暮沢剛巳『美術館の政治学』青弓社、2007年、p.171参照

り入れようという姿勢からも伺える通り、佐内元市長の地域情報通信活性化構想の実現を目指す思いは受け継がれる事となった。磯崎新氏はこれまでも「コンピューターネットワークの重要性を織り込み、その一方で施設が建てられる地域の特性を強く反映した『サイト・スペシフィック』な性格を強調」する建築を志してきた^{*58}。1998年に発表された建築プランも同様であった。そのプランを元にさらに活動の方向性や軸となる部分を協議するために同年9月に「文化交流プラザソフト研究会」が発足。そこには1980年代よりマルチメディアを用いたパフォーマンスを世界的に展開してきたダムタイプのメンバーや、前述したキャノン・アートラボの中心人物であった阿部一直氏などアーティストやキュレーターが参加し、磯崎氏を中心として「建築や設備といったハードウェアの側面に加えて、人材や運用といったソフトウェアの側面の計画が必要という」意向^{*59}、そしてメディア・アートを介した人材の育成についての討議が行われセンターの総合的な初期設計が作られていった。その結果として後述する建築内部の構造や内部の専門職員の配置などが決定。「図書館、映画館のほか、劇場や展示空間としても活用できる多目的なスタジオやオープンスペースを併設する文化複合施設」^{*60}山口情報芸術センター、通称 YCAM の外と中が形作られていった。その活動の軸には、コミッションワークを中心とした「芸術表現」、メディア・アートを介してメディア・テクノロジーとの関わり方を学ぶ・考えることを目指す「教育」、そしてメディア・アートを介して地域の課題解決や活性化を目指し、山口から世界へと情報を発信していくための「コミュニティ」がある。また「オープン」と「コラボレーション」を鍵に「R and D（研究開発：Research and Development）プロジェクト」の形態をとる活動を行なうことで常時新鮮な情報と技術を蓄積していくことを目指した。

5.3 両館の構想＝美術館のオルタナティブな生存戦略

以上のように日本の美術館問題を乗り越えようという意識が明らかにあった ICC と YCAM の構想は、指定管理者制度やリーディングミュージアム構想のカウンターとしての美術館のオルタナティブな生存戦略と捉えることができる。さらに言えば、同時期に登

^{*58} 同前 p.171 参照、そのような美術館を「第三世代の美術館」として重視し、「その理念を水戸芸術館や奈義町現代美術館でも実現してきた」

^{*59} 津田和俊、伊藤隆之、菅沼聖、高原文江、朴鈴子、山田智穂『技術と芸術を横断するアートセンター YCAM の試み：メディアアートからバイオ・リサーチまで』北海道大学高等教育推進機構オープンエデュケーションセンター科学技術コミュニケーション教育研究部門（CoSTEP）科学技術コミュニケーション 22 巻，2017 年 12 月，p.100「1.1 設立の経緯と特徴」より

^{*60} 同前，p.99「1. はじめに」より

場した他の美術館，文化関連施設も従来の公立美術館とは異なる独自の活動や運営を目指す同様の意識が強かった．その中で ICC と YCAM の特異性を見るとするならば，やはりメディア・アートを扱っていることでもたらされる点だろう．しかしそれは単に技術的な新規性を評価するのではないところがポイントである．ICC と YCAM が一貫しているのはハード（＝作品，建築）だけでなく，むしろそれよりもソフト（＝人，哲学）を重んじていることであり，特に「人」を中心に据えた指針が見えるのが重要な点だと考える．それは両館が掲げている「コミュニケーション」と「人材育成」という言葉に集約されているが，後述するそれぞれの活動ではどのような実践がなされているのかを読み取っていく．

6 メディア・アート・センターから見るオルタナティブな生存戦略

情報化社会における美術館ないし、メディア・アート・センターとしてそれぞれが特化した点を、具体的な活動や建築設備から紐解いてゆく。

6.1 ICC から見る

6.1.1 展示

ICC は開館以前のプレ活動を始めとして、現在に至るまで多彩な展示を行ってきた。そのほとんどが、ICC の単独企画であり、メディア・アートを中心とした独自の展示を開催してきた実績がある。2006 年以降から現在までは毎年テーマを変えて約 1 年間を通して展示する「オープン・スペース」と、約 3 本の企画展・特別展と、こちらも年に 3 回入れ替えをする若手作家紹介コーナー「エマージェンシーズ！」を行うというのが ICC の 1 年間のベースのサイクルとなっている。また年によっては「オープン・スペース」の展示内に NTT コミュニティ科学基礎研究所や大学の研究室単位での研究発表のコーナーが設けられたこともある。2017 年 9 月には第 20 回文化庁メディア芸術祭受賞作品展のうちの一つの会場として ICC で展示が行われたこともあった。2005 年から 2006 年の間に起こった ICC の変革については後述するが、その時期が一つの節目となっておりそれ以前、以後で展示の傾向が変わっている。また 2000 年 9 月まで行われていた ICC コレクションの展示がそれ以降は開催されなくなったという変革もあった。開館以前のプレ活動が開始した 1991 年から 1996 年、開館した 1997 年から ICC コレクションの展示が行われていた最後の年 2000 年、2000 年から「オープン・スペース」が始まる前年の 2005 年そして、それ以降から現在というように、ICC の展示を始めとする活動は 3 回の転換期があったとして区分することができる。それぞれの時期に行われた個々の展示を紹介することは割愛するが、2005 年以前の象徴的な展示や傾向について取り上げていくことにする。「ICC は、ネットワーク型、ソフトウェア型ミュージアムを目指すとの理念から、施設オープンを待たずに、1991 年より活動を開始した。^{*61}その最初に行われた 1991 年「電話網の中の見えないミュージアム」や 1995 年「on the web—ネットワークの中のミュージアム」のように、物理的な空間を伴わない画期的な展示企画も行われたが、青山のスパイラルや南麻布の NTT 映像メディア開発センタにあった「ICC ギャラリー」（1994 年

^{*61} 前掲、NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] 『ICC コンセプト・ブック』NTT 出版、1997 年、p.142「プレ活動の概要」冒頭文より

1月ー1996年2月)を会場として小規模ながらも国内外のメディア・アートの作品を紹介する展示を先駆的に行った。1997年の開館時から前述したICCコレクションの第一期の開催が開始され、従来の美術館でいうところの常設展の機能を果たしていた。そこで展示されていたコレクション作品というのは、ICCの開館に合わせて国内外のメディア・アーティストに委嘱制作を依頼したもので、10個のテーマ(「マシン」、「メディア」、「パーセプション」、「スペース」、「タイム」、「マテリアル」、「コミュニケーション」、「インフォメーション」、「ゲーム」、「ライフ」)に沿った作品となっていた。その後は短いスパンであるいは同時に複数の企画展が開催され、「ジャンルを超えた企画展の開催やパフォーマンス、コンサート、映画作品の上映など、従来の展覧会の形式や分類にとらわれないダイナミックな活動が展開される。企画展は、ICCの長期的なヴィジョンのもとに計画される「テーマ性」と「時代性」を重視した展覧会」*62である。こうした当初のICCの展示や関連企画の性質は、規模や形式は変化しながらも現在に至るまで受け継がれている。オープニング企画展であった建築家・磯崎新氏による「「海市」ーもう一つのユートピア」や坂本龍一氏、岩井俊雄氏、江渡浩一郎氏による《RemotePiano Installation》、現代美術作家であり建築作品も多く残している荒川修作氏とパートナーのマドリン・ギンズ氏による「新しい日本の風景を建設し、常識を変え、日常の生活空間を創りだすために」展のような、領域横断的な作家の選定、また現在でも活躍するメディア・アーティストの起用などメディア・アートの価値醸成を目指す姿勢がうかがえる。当然日本人のみならず、アジア、欧米の作家の起用やアーティスト・イン・レジデンスも活発に見られる。メディア・アート作品の修復や維持、長期展示の難しさなどから、2000年を最後にICCコレクションの展示は幕を閉じる。短いリニューアル期間を経て一部会場の規模縮小が行われたその後は、1ヶ月から2ヶ月という短いスパンで企画展とそれに関連する多くのイベント、シンポジウムが行われた。ICCの展示においては、それに付随するアーティスト・トークやシンポジウム、またワークショップやパフォーマンスなどが展示とICCの活動全体を支える重要な要素をなしてきた。展示、アーティスト、作品ごとに必ずと言っていいほどイベントが企画され、またそれによって、鑑賞者、アーティスト、ICC学芸員全員にとって、作品や展覧会の理解を深める機会を設けることを重視してきた。さらにICCの展示に見られる特徴として、「ヴァーチャル・ミュージアム」の実現への実験的な試みがあげられる。またそこからはICCが開館当初に思い描いていたメディア・アー

*62 同前, p.40「展示」より

ト・センターの構想の中に、80年代から90年代にかけてのメディア・テクノロジーが未来に属するものとして語られていた頃の期待感を垣間見ることができる。当時はまだ研究者や企業レベルのみアクセスが可能であったコンピュータのプログラミングや演算機能なども、2000年代には早々に個人の手が届くところまで一般化した。そのスピード感は90年代には想像できなかったほどで、あまりにもあっけなく我々の現実社会に溶け込んでしまった。ICCがプレ活動の第一弾として1991年に開催した「電話網の中の見えないミュージアム」ではそのタイトルが示す通り、展覧会会場を東京、神奈川、千葉、埼玉、茨城、栃木、群馬、山梨1都7県の電話回線内に設けた。当時、「最も身近なコミュニケーション・ツール」であった電話網を展示空間に見立て、「鑑賞者」は電話機、ファクシミリ、パソコンを介して展覧会にアクセスすることができた。携帯電話やPHSが出たばかりのその頃、電話回線の送信技術も十分な発達を遂げておらず多くの制限がつきまとったが、空間を持たない未来のミュージアムの可能性を示す、今も類を見ない画期的な試みとなった。その後1995年には、展覧会のフォームを電話網から「インターネットを中心とするコンピュータ通信の世界にヴァージョン・アップした」*63「on the web——ネットワークの中のミュージアム」を開催した。この間のインターネットの急速に発展に際して、ISDN回線を用いた現実空間と遠隔空間をつなぐインタラクティブ作品を登場させるなど、「わずか数年のうちにネットワークの可能性が飛躍的に拡大したこと」を示している*64。これらはまさに、1940年代にフランスの作家であり政治家のアンドレ・マルローが提唱した「イマジナリー・ミュージアム（空想美術館）」そのものの実現だったといえる。現在はICCウェブサイトから、完全な再現とは言えないが両展覧会の当時の概形を伝えるものとして、それぞれ特設ページが設けられている。「on the web——ネットワークの中のミュージアム」展が開催された時点でも同展覧会を実施するにあたって通信や容量においての制限という問題はあった。しかしこうしたICCの試みはそうした問題の克服や科学的な新規性を求めたものではなかった。浅田は同展覧会のカタログ内で以下のように述べている。「だが、そうした問題が技術的に解決される日は遠くない。大切なのは、そういう将来を見越して、来るべきマルチメディア・ネットワークを自在に使いこなすクリエイティブな想像力を今から鍛えておくこと、また、そのような想像力

*63 ICC 特設サイト「on the web——ネットワークの中のミュージアム」より、ICC コミッティ 浅田彰によるメッセージ
<https://www.nttic.or.jp/ja/feature/1995/TheMuseumInsideTheNetwork/message/asada-j.html>（閲覧日：2020年1月24日）

*64 前掲、暮沢剛巳『美術館の政治学』青弓社、2007年、p.156

から生まれる新たな要求を技術の側に投げ返してやることだろう。」『ICC コンセプト・ブック』でも、メディア・アート・センターの実現を支援するメディアとしてネットワークが位置付けられ、「ICCでは、実際の展示空間で繰り広げられるさまざまな活動とネットワーク上での活動がシームレスに統合され、リアルタイムに展開されることを目指して、実験的試みを行なう予定である。^{*65}」としている。そうした初期からの空間的な制限を受けないメディア・アート・センターの構想に基づき、今に至るまでにもインターネットをフォームとした展覧会に連動したプログラム、座談会やコンテスト等が行われてきた。Twitter を現代における個人を／が形作るアーキテクチャと捉え、ワークショップや研究会を通じて、新しいウェブ上のプラットフォームに向き合うことをテーマとした2011年に開催された「Twitterの中のわたし—自分がつくるじぶんをつくるアーキテクチャ」や、インターネットを介したコミュニケーションが日常に溶け込んだことで「現在はインターネットそのものが日常を映すメディアとしてわたしたちの意識に浸透しているといえるのでは」ないかという意識のもと、インターネットと表現のあり方を再考した「[インターネット アート これから]—ポスト・インターネットのリアリティ」展と、同展覧会を企画した「インターネット・リアリティ研究会」^{*66}による座談会をインターネット中継で視聴者とコミュニケーションを行うなど、プラットフォームの形を変えながらも、仮想空間上に一つの活動拠点を置くその問題意識は今にも引き継いでいる。

6.1.2 情報拠点

前項で述べた通り ICC は作品のコレクションを持っており、現在ではコレクション 10 作品のうち「オープン・スペース 2019」でグレゴリー・バーサミアン氏の《ジャグラー》を展示、そして直近で開催されている国際交流基金アジアセンターとの共催で開催されている企画展「開かれた可能性——ノンリニアな未来の想像と創造」展で東京展特別展示としてヘリ・ドノ氏の《ガムラン・オブ・飲むニケーション》の修復を行い、再展示しているのみである。メディア・アートの作品は従来の美術作品とは全く性質の異なる収集・保存の問題があり、例えばナムジュン・パイクのブラウン管を使った作品群も今では製

^{*65} 前掲、NTT インターコミュニケーション・センター [ICC]『ICC コンセプト・ブック』NTT 出版株式会社、1997 年、p.46

^{*66} 「エキソニモ（千房けん輔，赤岩やえ），思い出横丁情報科学芸術アカデミー（谷口暁彦＋渡邊朋也），栗田洋介を中心に，2011 年 7 月に開催された座談会「インターネット・リアリティとは？」をきっかけに発足した研究会。「日々わたしたちがネットに接しているなかで，ネット特有の〈リアリティ〉を認識するようになっているとすれば，それはどういうことなのか？」という問題意識とともに，ポスト・インターネット時代の表現，または展覧会のあり方を模索する。」ICC 特設サイト「座談会：インターネット・リアリティとは？」http://www.ntticc.or.jp/Archive/2011/InternetReality/index_j.html（閲覧日：2020 年 1 月 24 日）

造されていないブラウン管の替えを用意することが困難であったり、作品に使用されたソフトウェアのOSがアップデートされていくことにより、当時のプログラムが動かなくなってしまうたり、科学技術の進歩が個々の作品にとって障害を来すという事例が多くある。近年では2015年に急逝した三上晴子の作品のアップデートと再制作、再展示を行う試みがYCAMとICCや多摩美術大学のアーカイブセンターを中心として行われている。海外ではZKMがその先駆けとして2004年に作品の修復・保存を行うラボを設立するなどの動きもある。またICCではメディア・アートとメディア・テクノロジーの情報集積／拠点の場となるべく、開館以前から多角的なアーカイヴや記録の活動を行っている。まずはICCのこれまでの活動記録や映像コレクション、アーティストや研究者へのインタビューなどの映像記録アーカイヴ「HIVE」がある。これは、館内に設置された専用のパソコン端末からと、2006年に開設された「HIVE ウェブサイト」からも視聴することができる。ウェブで閲覧できるコンテンツは限定されているが、「ウェブ版の映像には、クリエイティブ・コモンズ・ライセンスが付与され、非営利目的での創造的利用を可能に」し、「文化資源としてのICCの活動記録をよりオープンなカタチで社会に開示することを目指して」いる^{*67}。また「HIVE」とは異なるアーカイヴの展開の方向性として、館内5階の床面に常設展示されている「ICC アートアンドサイエンス・クロノロジー」やICC ウェブ・サイトで公開されている「ICC ×メディア・アート年表」など20世紀以降のアートとテクノロジーの相関関係を独自に体系化し、それらはあくまで「資料体」と位置づけ公開・保存することで、鑑賞者・利用者にとっての学習や研究に役立つことを目指している。これらはICC コミッティであった伊藤俊治氏が構築した「20 世紀マトリクス」が元となっている。氏は「20 世紀を振り返ってみると（略）それまでバラバラな形で発展してきた芸術文化と科学技術が多彩な局面でクロスし、新しい価値観や革命や進化が生まれている。^{*68}」とし、また「各々のジャンルは他のさまざまなジャンルと複雑な形でからみあい、無数のネットワークを生み出している。だからあたりまえのことなのだが、あるジャンルにおいてある時代に起こったことは、他のジャンルとの関係や他の時代との対比を抜きには語れない」ものだという考察の元「“関係性”をキーワードに集積された情報システム」を作り上げた^{*69}。2005 年 10 月には企画展「アートアンド

^{*67} ICC ウェブサイトより「アーカイヴ HIVE ウェブでの展開」(2020 年 2 月 7 日閲覧) <https://www.ntticc.or.jp/ja/archive/hive/>

^{*68} 前掲, NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] 『ICC コンセプト・ブック』NTT 出版, 1997 年, p.116-p.119 「想像力のマトリクス／伊藤俊治」より, p.116 参照

^{*69} 同前, p.118 参照

テクノロジーの過去と未来」を開催し、そうしたこれまでの ICC の知見を総括し、日本のメディア・アートを俯瞰的に振り返る機会も設けている。加えて、情報集積のプラットフォームとして、ICC は数多くの出版事業も行ってきた。現在では休刊してしまったが、「季刊誌 インターコミュニケーション」や単行本シリーズ「ICC Books」、そして展覧会のカタログを NTT 出版から発売してきた。これらは ICC の展覧会の批評や活動記録、関連研究の媒体として機能してきた。以上のように、ICC は作品（モノ）の収集・保存のみならず、メディア・アートの特徴でもある経験や体験を中心とした活動をいかにアーカイヴしていくかという意識が強くある。

6.1.3 コミュニケーションの交差点

以上の活動、事業の展開により、ICC は「インターコミュニケーション・センター」という名称の通り、国際的な「コミュニケーションの交差点」として機能してきた。その実績により、日本と世界のメディア・アートの価値付けや活動の範囲を広げることに寄与してきた。

6.2 YCAM から見る

6.2.1 建築

山口市に行くと、盆地であるためにどこにいても後景には山が見えていることに気がつくのだが、YCAM の建築も山の稜線のように波を打った外観をしている。その姿は山口市を囲むようにそびえる山々と重なるように、柔らかく雄大な構えで来館者を迎え入れているように見える。この建築の基本設計者は、指名制のコンペティションで選定された磯崎新である。建物の1階西側半分には山口市立中央図書館、中央にはロビーと中庭を挟んで広く開放的なホワイエと大階段、また中庭を挟んで1階東側には広く天井高のあるスタジオ A が地続きに並んでいる。2階にはスタジオ B とシアターを備えたスタジオ C とラボなどを擁している。(図8)*70 また YCAM の壁面にはガラスが多く用いられている。YCAM に訪れる市民来館者の多くは中央図書館を目的にしているのだが、「床面として1枚の共有プレートがあり」地続きで開放的な建物の作りによってそれぞれの機能を分極しない作りを目指している。せんだいメディアテークが層として複合的な機能が積み重なっているのに対し、YCAM はそれが横に広がって繋がっていく構造をしている。そして美術館のように決まったチケットセンターやエントランスがないので、また何か

*70 山口情報芸術センター [YCAM] 『Creativity Seen/Unseen in Art and Technology』2011 年, p.209

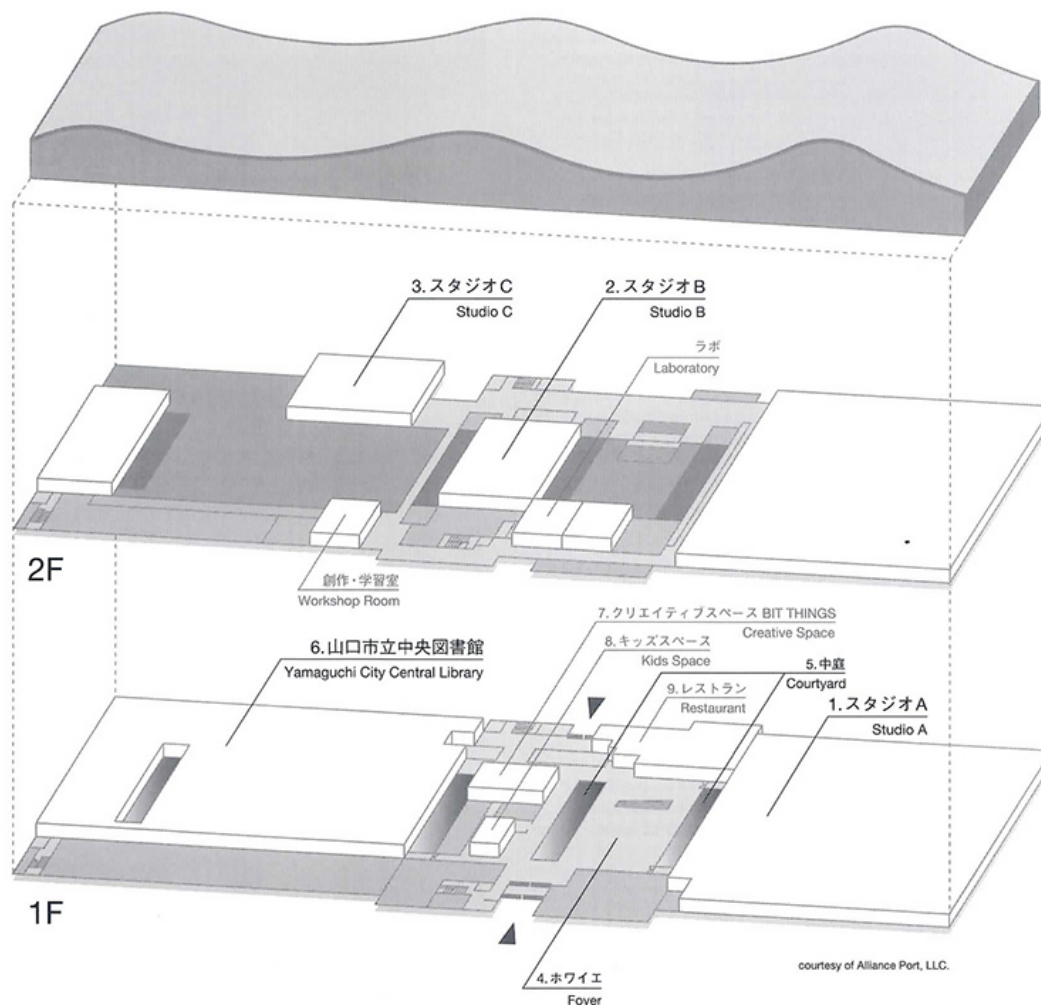


図 8 山口情報芸術センター [YCAM] 施設基本情報

展示してるみたいだから見てみようかなというように前情報がなくとも気軽にアートに触れる導線が開かれている。またそうした開放感のある心地の良い空間であると同時に、メディア・アートに特化したスペシャルな設備が整っている。メディア・アートという発展途上の芸術領域を扱うことを最大限に考慮し、あらゆる可能性を引き出すための建築設計がされている。館内の各施設の概要は以下の通りである。^{*71}

- スタジオ A

^{*71} 同前, p.210-211 より

パフォーミングアーツや、大画面映像などの技術使用を前提として設計された空間。ハイクオリティな映像機器と音響機器、照明機器を完備し、客席の地下収納が可能なため、部隊の場所を自由にアレンジできる。壁面はブラックに統一。フルフラットにして、インスタレーション作品の展示や、オールスタンディングのサウンドイベント会場としても利用している。

舞台：幅＝14.4m／奥行＝12.9m（舞台フロンラインから奥舞台全面稼働壁まで）／高さ＝16m

平土間：幅＝20m／奥行＝27m／高さ＝9m（客席部の固定ブリッジまで）

客席：最大450名（エンドステージタイプ）

- スタジオ B

インスタレーション作品の展示や小規模な舞台の公演などを行うフラットな空間。左右の壁面を出し入れし、外光を遮断したホワイトキューブ状で利用するほか、天井の昇降リッドトラスに暗幕や照明を吊り、映像作品の制作・展示、パフォーマンス公演やレクチャー、ワークショップ会場としても活用している。

幅＝16.5m／奥行＝17.7m／高さ＝7.8m（キャットウォークまで）

- スタジオ C

35ミリフィルムの全自動映写機と、16ミリフィルム対応の映写機、高画質のDLP（デジタルライト・プロセッシング）ビデオプロジェクターを備え、5.1chドルビーデジタルにも対応するミニシアタースタイルの映像ホール。左隻には小型テーブルカ収納され、講演会やシンポジウムも開催している。

舞台：幅＝8m／奥行＝3m／立ち上がり＝0.6m（客席床面から舞台面まで）

スクリーン：幅＝4.25m／高さ＝2.27m（ビスタサイズ時）

客席：固定100席

- ホワイエ

巨大な吹き抜けとその中央に広がる大階段、左右の中庭から自然光が取り込まれる明るいエントランスからなる空間。大階段を客席ステージとして用いる公演、インスタレーション作品の展示、ワークショップ会場などに活用している。YCAMのフレキシビリティを象徴する個性的なスペースである。

- 中庭ガラスで囲まれた吹き抜け構造の空間。スタジオとホワイエ、図書館をつなぐように4ヶ所あり、ゆったりと自由に過ごすことができる。サウンドイン

スタレーション作品の展示など，作品鑑賞のスペースとしても実験的に使用している．

- 山口市立中央図書館

基本的な図書館サービスとともに，学習や文化活動を支援する講演会を開催するなど，地域の情報拠点，市民の交流の場として機能している．

- クリエイティブスペース「BIT THINGS」

イベント開催情報の掲示，滞在制作作品や教育普及プログラムのアーカイブ閲覧，物販など，資料・情報のプラットフォームとして機能．イベントに応じたフレキシブルな空間構成が可能で，インスタレーション，プレゼンテーション，ライブの会場としても用いている．

ほか，託児サービスを備えた「キッズスペース」や元タレストランの入っていた「スタジオD」がある．以上の概要から分かるのは，YCAM は建物のどこでもなんでもできてしまう作りになっているということだ．それを実現している工夫の一つとして，天井のルーバー構造がある．それによって自由に壁や柱を立てて空間を作ることができ，またプロジェクターやスピーカーなどの機器の配置も自由に考えることができるインフラとなっている．アーティストとのコミッションワークの制作場と展示スペース，パフォーマンスイベントやライブの会場，映画館，図書館，市民の交流の拠点全てを備え，ここまでメディア・アートに特化した設備は世界的にも類を見ない．

6.2.2 組織

YCAM には活動の中核を担う YCAM インターラボ（Inter lab）と呼ばれる研究開発をベースとする組織がある．多彩な専門性やスキルを持ったメンバーから構成され，市民，アーティスト，研究者など外部の人たちとともにコラボレーションし，新たな作品やワークショップを生み出している．約 20 名前後のインターラボメンバーが YCAM に常駐し，活動の中核を担っている．彼らに与えられた役割は以下の通りである．^{*72}

- メディア・テクノロジーの応用可能性の研究
- オリジナルの作品や教育プログラムなどの制作
- 研究開発プロジェクトの成果の公開

^{*72} 山口情報芸術センター [YCAM] ウェブサイト「YCAM について－YCAM インターラボ」<https://www.ycam.jp/aboutus/interlab/>（閲覧日：2020 年 1 月 28 日）

- 国内外の教育機関，研究機関，企業などとの交流
- これからの芸術や教育，産業を支える人材の育成

アーティストとの多彩なコミッションワークをはじめとした YCAM のユニークでスペシアルな建築を生かした様々な活動が行えるのは彼らの存在があつてこそだ。そして YCAM の最大の特徴はインターラボの存在だと、著者は考えている。YCAM 開館準備室から携わり、2017 年までキュレーターとアーティストック・ディレクターを兼任した阿部一直もインターラボの一員だった。インターラボ各メンバーの専門性は、いわゆる美術館の学芸員が行う仕事を細分化しただけではなく、メディア・アートを扱うプロフェッショナル集団としての色が見られる。キュレーターやエデュケーターの他に、映像エンジニア、照明デザイナー、音響エンジニア、ネットワークエンジニア、ウェブディレクターなどのテクニカルな専門性を持ったメンバーに加え、シアタープログラム専門のキュレーター、パフォーミングアーツ・プロデューサーのようなマルチメディア的なアートの専門性をもつメンバーなど、非常に多彩である。2015 年から一部のメンバーによって立ち上げた「YCAM バイオ・リサーチ」プロジェクトなど、メンバー自ら新たな活動領域を切り開き、YCAM の活性化を促している。バイオもそうだが、彼らの特徴として各自の専門性を持ちながらも役割を固定せず有機的にプロジェクトを渡り歩くという融和な働き方も挙げられる。同時進行にいくつかの展示やイベントのプロジェクトが進行することも多く、その際も自身が関わっていない仕事に対しても興味を持つ姿勢が見られる。またそうした別々のプロジェクト同士自体も関連しあつて、新たな活動が生まれる、ということも多くある。ほとんど家族のような、その異常なまでの雰囲気の良いさは、アーティストに対する行き届いたマネージメントにも表れている。また YCAM ではほとんど常時インターンシップの受け入れを募集しており、著者が YCAM に滞在した際も、このインターンシップの制度を活用した。時期によって、募集する業務内容が異なるが、2020 年 1 月現在の募集状況は以下の通りである。^{*73}

- 展覧会や公演の企画制作
- 映画上映プログラムの企画制作
- 教育普及プログラムの企画制作
- ドキュメンテーション

^{*73} YCAM ウェブサイトより「インターンシップ」（2020 年 2 月 7 日閲覧）<https://www.ycam.jp/recruit/intern/>

- 広報

また募集の対象者の項目は以下の通りである。

必須 日常生活と研修をこなせるだけの英語もしくは日本語を習得している方
研修に対する意欲が高いと見込まれる方

好ましい条件 メディアアートや現代美術に関連する分野の研究および制作をしている
方、また若手のアーティストや研究者で、優れた活動／研究実績を有している方

YCAM のインターンシップ制度が、インターラボの持つノウハウと集合知をより広く、社会への還元や実装実験的な意味も持っていることがうかがえる。著者が応募した際は教育普及プログラムを選んだ。その際は2週間という短い期間で受け入れをお願いしたため、インターンシップというよりは、YCAM の活動と YCAM の教育普及活動の概形を知るまでで終わってしまった。しかし、その中でも商店街で行なったワークショップでのファシリテートをさせてもらったり、その年の夏に開催されたコロガル公園シリーズ最新作「コロガル公園コモンズ」の企画やその他ワークショップの計画の様子に触れ、YCAM のエデュケーターがあらゆる場面で活躍していることを知ることができた。そこでの経験と出会いから受けた影響は非常に大きい。

6.2.3 エデュケーション

そのエデュケーター達の活躍もまた、YCAM の活動を特徴付ける一つの軸となっている。「市民やさまざまな分野の専門家とともに作り、ともに学ぶこと」*74を活動理念としている。YCAM はアーティストや研究者達にとって良い環境であると同時に、市立の文化施設として市民にとっても居心地がよく、刺激を受ける場でなければならない。その間を取り持ちコラボレートしていく役割として教育普及活動とその中心にいるエデュケーターが存在している。

今日、メディア・テクノロジーはさまざまなかたちで私たちの生活を取り巻いています。しかし、多くの人はそれに対する適切な向き合い方を測りかねているのではないのでしょうか。

という問題意識のもと YCAM が訪れた人たちに望むのは、トップダウンの教育的な方法

*74 前掲、YCAM ウェブサイトより「YCAM について」<https://www.ycam.jp/aboutus/>（閲覧日：2020 年 1 月 28 日）

ではない形でテクノロジーについて学び、テクノロジーとどう付き合って生きていけばいいのかという問いを持って欲しいということなのだ。新たなテクノロジーが登場し我々の生活にそれが浸透している一方で、その媒介として YCAM はアートを選び、趣向を凝らした展示や公演を行っているが、それらがアートに馴染みの薄い人にとって「よく分からないもの」で終わってしまっては活動理念にそぐわない。そのために

YCAM は、訪れる人々の「学び」に対する主体的な態度を、そしてその根底にある好奇心や、初めて出会うものに対する疑問を大切にしながら、メディア・テクノロジーと、それを応用することによって可能となる表現やコミュニケーションのあり方について、深く知るためのコンテンツづくりをおこなっています。

それらのコンテンツを「未来の山口の授業」と位置づけ、先ほども触れた「コロガル公園シリーズ」の開催や、アーティストや研究機関との共同制作、研究の過程で生まれた技術やアイデアを転用するなどしてオリジナルのワークショッププログラムを多数開発している。ここで、1980 年代より日本の美術館教育普及事業を牽引し続けてきた世田谷美術館と YCAM のそれぞれの教育プログラムについて比較を行なった。1986 年に東京都世田谷区の砧公園の一角に開館した世田谷美術館は「幅広い年齢層を対象に、音楽や映像など芸術全般にわたる創造活動の紹介や、創作実技の講座、ワークショップなど芸術と多角的に触れ合える、バラエティーに富むプログラムを実施し」、長年市民との交流を図り美術館を中心としたコミュニティ形成に寄与してきた実績がある。2019 年の 1 年間で両館が行なった教育普及プログラムの回数と、内容の分類を行って中身についての比較をした。(図 9) その結果、回数としては世田谷美術館が上回っていたが内容の多様さは劣らず、独自性や他の展示などのプログラムと独立した企画開催が可能になっているのは YCAM の教育プログラムの特徴であることがわかった。ここで分類について補足を行なっておくと、世田谷美術館の「鑑賞ツアー型」は主に開催されている展示を学芸員の解説を受けながらめぐるギャラリーツアーのことで、YCAM の「ツアー型」は展示やパフォーマンスの単に解説ではないバックヤードツアーや YCAM の設備や建築自体をめぐる館内ツアーなどをそれぞれ含んでいる。またともに「参加型」としているのは、世田谷美術館においては「ものづくり型」、YCAM においての「ツールキット型」ではないその他の実践型のワークショップなどを指している。例えば世田谷美術館では演劇ワークショップや朗読会、YCAM では哲学対話や映画の感想共有、「スポーツハッカソン」と

「未来の山口の運動会」などが含まれている。YCAM の「ツールキット型」というのは「感覚アスレチック（2009 年～）」や「建築パスタ（2007 年～）」をはじめとした YCAM 内で独自に開発したワークショップ，前述した「未来の山口の授業」を指している。ちなみに「未来の山口の授業」は現在 11 種ある。世田谷美術館にとっての「ものづくり型」はその他多くの美術館・博物館でもみられるタイプの教育プログラムであり，YCAM では「ツールキット型」教育プログラムがそれに代わるものとして位置していると言える。

【2019年の開催ワークショップ／教育普及活動】

世田谷美術館 （計98回）

- ・鑑賞ツアー型：4回
- ・参加型：6回
- ・レクチャー，トーク型：30回
- ・ものづくり型：58回

YCAM （計86回）

- ・ツアー型：27回
- ・参加型：16回
- ・レクチャー，トーク型：16回
- ・ツールキット型：27回

図9 世田谷美術館と YCAM の教育プログラムの比較（2019 年，各ウェブサイト参照）

7 まとめ

7.1 考察

7.1.1 ICC と YCAM の違いと共通点

ここで，ICC と YCAM の 1 年間の活動の比較を行い，各館の特徴をより明確に示すことを試みる．2019 年 4 月から 2020 年の 3 月までの直近の活動内容とそれぞれの回数について比較した．結果は以下ようになった．（図 10）やはり ICC は現在も展示を多く行い，それと関連したトークやパフォーマンスを多数開催することで展示作品や全体のテーマを対話から深めていくことを重視している．YCAM の場合はパフォーマンスとワークショップの数が ICC の倍以上行われており，より実践的な活動を重視していることがわかる．トークやシンポジウムの回数も多く，ICC と同様に開催される展示や企画についての議論を同時進行で行うことで，活動自体とメディア・アート周辺の価値の醸成を行っている．それぞれの館が持つ性質をあえて言語化すると以下のようなのではないだろうか．

- ICC：対話と研究から，メディア・アートやテクノロジーの新しい価値醸成を担う場所
- YCAM：より実践的で，身体的・直感的に情報化社会の中での変化を知覚することを促す場所

この比較からは以上のような違いが見られたが，ここまでの調査を踏まえると両館の活動からは以下のような共通点を見つけることもできた．

ICCの場合	YCAMの場合
展示：7回 ギャラリーツアー：11回 トーク，シンポジウム：16回 パフォーマンス：3回 ワークショップ：16回	展示：4回 ギャラリーツアー：12回 トーク，シンポジウム：19回 パフォーマンス：9回 ワークショップ：41回

図 10 2019 年度の ICC と YCAM の活動内容

- 情報化社会における美術館としての模索と提案
- メディアテクノロジーを介した活発なコミュニケーション
- 同時代的な価値の創造と情報発信の拠点としての活動
- 美術館利用者を主体的な参加者へ促すプログラムの設計

この以上4点が、ICC と YCAM の特異な活動の特異足らしめる重要な要素であり、またこれらはメディア・アートを扱わない美術館にとっても活動・運営の根底の意識として持つことができ、日本の美術館全体にとっても厳しい状況を生き抜くための戦略や視座として考えることができる。

7.1.2 ICC が抱える課題点

ICC の活動は、ICC は NTT 東日本（東日本電信電話）と NTT ラーニングシステムズ株式会社、つまりは NTT グループの完全直営であるために、設置母体の経営状況や運営方針の影響を直に食らってしまう。これはメセナ活動であるがゆえに逃れられない宿命と言える。その影響が大きく現れたタイミングとして 2005 年の暮れ、ICC が閉館するのではという騒動があった。それまでも 2000 年には ICC の準備段階から関わり、開館後から副館長・学芸部長を兼任してきた中村敬治（1936～2005）が退任、秋から翌年春までの半年間の休館、そして4階展示スペースと同階のシアターを閉鎖する等活動規模の縮小を伴う施設のリニューアルが行われた際も、「ICC の危機説」は囁かれた。しかし 2005 年にはさらに4階受付横にあったカフェスペースと6階のライブラリの急な閉鎖、また次年度のメンバーシップ募集の打ち切り、また NTT の民営化以来初めての減益、そして次年度以降の活動に関する情報が全く出ていなかったことなど、いくつかの状況から憶測が

飛び交い、公式な発表がされないまま「ICC の危機説」は膨らんでいった。結果として同年 11 月に ICC 存続の運びとなったことが伝えられたが、その際の経緯は明らかになっていない。その騒動の中では「ICC 学芸員一同」からの「ICC 存続指示のお願いメール^{*75}」が各方面に配信されたことや、坂本龍一氏がサウンド・アーティストのカーlusten・ニコライ氏らとともに、「ICC の存続」を趣旨とした緊急イベント「ic uc wc」を同年 12 月に開催した他、浅田彰氏ら ICC に関わりの深い文化人たちから存続を希望する声が上がリ、逆説的に ICC のこれまでの活動の実績や存在意義が再考される機会にもなった。当時すでに、これまでに築いてきた実績と国際的な関係性とアーカイブやコレクションを含めたメディア・アート・センターとしての価値を確立していた ICC は NTT という一企業の一存ではその進退を決定できないまでに成長していたと言える。

こうした経緯があり、開館当初から徐々に ICC は規模を縮小せざるを得ない状況となっているのは事実だ。『InterCommunication』第 53-56 号（2005 年～2006 年）にかけて当時の ICC 学芸員 4 名畠中実、四方幸子、住友文彦、ドミニク・チェンによる共同執筆による連載「メディア・アート・センター進化試論」でも「場所を問わないメディア・アート・センターの活動」、「ネットワーク上での施設のプレゼンス」、「空間というフォーマットが絶対的な展示手段ではなくなっている」ということがしきりに語られている^{*76}。ここで空間の制約という意識が再起されたのか、喫緊の問題として「空間」という制約に直面した ICC はその克服のための可能性を再びヴァーチャル空間に求めているのかもしれない。また、インターネット空間が 21 世紀の新たな公共圏になり得るという予想は概ね当たっており、現在は 2005 年、2006 年当時以上にデジタルな表現、コミュニケーションツールは我々の生活に介入し、欠かせない存在となっている。しかし、そうした状況下では人々が美術館やアート・センターに求めるのは、デジタルやヴァーチャルとは相反した実体験や身体性を伴うアナログな経験なのではないだろうか。美術館にとっては厳しい時代である反面、日本国内の美術展覧会の動員数は世界有数を誇っておりその数は増える傾向にすらある。ICC でも、事業縮小のあおりを受けての状況といえるかもしれないが、現在の ICC ウェブサイトの機能は情報発信と過去のアーカイブの拠点とすることに収まっている印象を受ける。イベントやワークショップも Youtube でのインターネット中継を取り入れつつも、あくまで ICC 館内での開催に重きを置いている。そ

^{*75} 前掲、暮沢剛巳『美術館の政治学』青弓社、2007 年、p.164 より注釈 (2) に原文のまま全文が記載されている。

^{*76} NTT インターコミュニケーション・センター [ICC]『InterCommunication』第 53 号 p.189., 第 54 号 p.143, NTT 出版株式会社、2005 年

それは展示も然りだ。そうした意味では、閉鎖されたライブラリや出版事業の再開が望まれる。現在の ICC の活動は、当初に構想されたメディア・アート・センターと比べると質素で、こじんまりとした印象を受けるが、苦難の時を経ながらもその存在意義を固持し続け、多くのメディア・アーティストや研究者にとっていまだに指針であり続けている。また ICC が蓄えてきたリソースとコミュニティ・ネットワークは何にも代えがたい財産として残していかなければならない。ICC の場合はメディア・アートを活動の中心に据えているために行われるほとんどの企画が、ICC 単独の開催が前提となり、費用対効果を度外視した負担の大きい事業であることなども起因しているのだが、文化事業というのは、公民問わず、企業や行政をはじめとする支援側の要求とのバランスを取る難しさがある。この場合は ICC と NTT の相互にとって、また当然利用者にとっても有益となることを前提とし、「なぜアートなのか」というモチベーションを問うていく必要がある。2005 年以降は大きな騒ぎはないが、状況としては大きく変わっていない。日本経済は引き続き長期化する不景気の中にあり、東京オリンピックを直前に控えた今とその後の状況では本質的な文化芸術への還元はほとんど期待できない。むしろ予算面ではオリンピック関連事業に注がれ、「オリンピック外の文化事業へ」の予算はさらに削られる傾向にあると想像できる。特に日本の通信インフラを担う NTT であればその中心に関わっていることだろう。プレ活動から数えれば 30 年近く活動が続けてきて、幾度かの存続危機を乗り越えてきた ICC が今後もその立場と役割を守り続けていく事を切に願うばかりである。

7.1.3 YCAM が抱える課題点

YCAM は準備段階で、開館前の行われた地元市民への事業説明の場では地元の美術家を中心として異を唱える声が多く上がり、総工費 70 億円という市政への巨額の経済負担が見舞われることに対して見込まれる費用対効果を疑問視する報道が地元マスコミによって展開されたという経緯がある。そして開館直前の 2002 年の山口市長選挙では YCAM の建設凍結・見直しを選挙公約に掲げていた合志栄一候補が当選したために再度、市民委員会を設け議論が行われ施設工事が約 2 ヶ月間中止されるまで至った。再議論の結果として当初の計画のまま建設が再開されるに至ったが、構想から開館までの間に地域住民の中では YCAM 設置への反対が噴出していたのは事実だ。その後 YCAM のこれまでの変遷においては閉館の兆しは無く、開館から 13 年経った 2017 年には累計入館

者数は1,000万人を突破した^{*77}。しかし YCAM へ訪れる人のほとんどが、中央図書館の利用者であるという事実がある。例えばその同年だけの YCAM 利用者数を見ると^{*78}、2017 年度の合計入館者数は 653,798 人であったが、貸館事業を含まない YCAM が主体で行なった事業への参加・入場者数は 33,127 人に留まっている^{*79}。しかしながら、YCAM の建築が図書館とその他のスペースや活動を有機的につなぐ設計をしているため、数だけで YCAM の利用者の目的をはっきりと分けることはできないと考えられる。図書館に来た人が自然とメディア・アート作品に触れたり、YCAM のメディア・アートを中心とした活動の情報を得ることができてしまうからだ。だがやはり、YCAM インターラボの中でも最も市民と関わる事業に多く携わるエデュケーターの実感として、YCAM が行なっている具体的な事業内容やメディア・アート・センターとしての地域住民の認知度は十分ではないという。地域社会とテクノロジーの結びつきに目を向け、より「オープン」な文化施設であることを意識した活動として出張ワークショップや館外でのリサーチ、プロジェクトの開催といったアウトリーチ活動も活発に行なっているにも関わらず、やはり従来の公立美術館とは異なる新しいタイプの活動であるがゆえ、また地方都市に位置するがゆえに「わからなさ」があるのか、15 年間活動を行なってきた中でもその障壁をまだ解消できていない。山口情報芸術センターもしくは YCAM の名前をあげても、「中央公園にあって、中央図書館がある…」という補足がないと認識してもらえないことがいまだにあるそうだ。開館以前は活発に YCAM の構想と実現の是非が市民を巻き込んで議論されていたのに対して、開館後には広く市民に向けた議論や対話の機会が十分に設けられていなかった結果だと考えられる。しかし、新しいがゆえの「わからなさ」は YCAM で働く人たちにとっても等しく立ち現れていたことは間違いない。専門の分化を避け縦割りではない組織による運営やメディア・アートを公共文化施設で扱うということ、しかも本土の最西端に位置する地方都市から世界に発信することを目指した活動など、YCAM を特徴付ける全ての要素が前例のない試みであった。彼らはそれでもやってみてきたこと、そしてその活動の軸が構想段階からしっかりと打ち立てられていたことで、始めは手探りだったものが確かな手応えを持ち始めた、今はその段階であるのではな

^{*77} 前掲、津田和俊、伊藤隆之、菅沼聖、高原文江、朴鈴子、山田智穂『技術と芸術を横断するアートセンター YCAM の試み:メディアアートからバイオ・リサーチまで』北海道大学高等教育推進機構オープンエデュケーションセンター科学技術コミュニケーション教育研究部門 (CoSTEP) 科学技術コミュニケーション 22 巻, 2017 年 12 月, p.100「1. はじめに」より

^{*78} YCAM ウェブサイトより「YCAM についてー遠隔・事業報告」『平成 29 年度 山口情報芸術センター事業報告書』(2020 年 2 月 8 日閲覧) <https://www.ycam.jp/asset/pdf/publication/annual-report/ycam-annual-report-2017.pdf>

^{*79} 同前, p.33「[7] 施設利用状況 1 入館者数」と p.3「平成 29 年度山口情報芸術センター収支決算 3 各事業総括表」より

いかとも捉えることができる。これからはYCAMを中心に形成されたコミュニティやインターラボ内に蓄積されたノウハウをいかに活用していくかがより問われ、その中から地域との接点の持ち方のバリエーションも見つかってくるだろう。そこで重要なのはイコールわかりやすさではなく、変わらず市民からの主体的な参加を目指す姿勢と、そのために「オープンにする」という意識を強めていくことは間違いない。

7.2 おわりに

ここまで、メディア・アートについてと日本の美術館を取り巻く社会的な状況と変遷と現在の状況と、メディア・アートを専門に扱ってきたICCとYCAMのこれまでの活動について調査したことをまとめてきた。著者自身、美術館でのメディア・アートとの出会いは、新たなメディア技術の普及が今の情報化社会にもたらす様々な可能性を考えるきっかけを生むと考えているが、何も、メディア・アートだけに美術館の未来に向けた生存戦略が見られるとは考えていない。むしろ、メディア・アートを美術館として扱っていくにあたって留意すべき点があると考えている。それは、メディア・アートの価値がエンターテインメント的な要素に集約されがちでもあるという点である。すでに、「チームラボ 踊る！アート展と、学ぶ！未来の遊園地」や、メディア・アーティストによるグループ展「魔法の美術館 光と影のイリュージョン」といった、メディア・アート作品による巡回展が開催されており、これらの展示は従来のネームバリューを売りにした西洋絵画展の巡回展に代わるものとして機能し始めていると捉えることができる。（現代）アートに馴染みのない層や子供たちにとっては、メディア・アートを知るきっかけや興味の入り口となることが期待できるが、しかし、エンタメ性ばかりに傾倒してしまっては息は長く持たないだろう。漫画、アニメ、ゲームを含む「メディア芸術」を推進する文化庁メディア芸術祭も、稼げる文化としてのクールジャパンを後押しする側面もある。ICCとYCAMは、これまでも今もそうした「エンタメ性の強いメディア・アートとは違う、メディア・アート」を志向してきた。メディア・アートやメディア芸術が日本でも興隆してきた状況で、その中でも質を見極め住み分けを慎重に行なっていかなければならないという課題が立ち現れている。また今後も美術館が「文化の砦」として本来のあるべき姿を保持しながらも、市民にとってのコミュニケーション／エデュケーション／インフォメーションの場としてオープンで身近な文化公共施設として活動していく必要があると考える。

8 謝辞

本研究を進めるに当たり，指導教官の馬場哲晃教授からは多くの助言を賜りました．厚く感謝を申し上げます．またエディティングスタジオの楠見清准教授，並びに映像デザインスタジオの今間俊博教授には本テーマを研究するにあたっての心構えや，取り組み方をご指導頂きました．ここに感謝の意を表します．最後に，青森県立美術館，山口情報芸術センター [YCAM]，Ars Electronica，NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] の学芸員，スタッフの皆様には，これまでインターンシップやアルバイト等として，美術館の現場で従事する事を快く受け入れて頂きました．貴重な機会を与えて頂いた事，多大なご協力に深く感謝致します．

9 参考文献

参考文献

- [1] 武田潔 ほかに編映像学 49号 日本映像学会 1993年
- [2] 美術手帖 Vol.44 No.650 [特集] 現代美術の社会学入門美術出版社 1992年
- [3] 美術手帖 Vol.63 No.952 [特集] ピクシブ チームラボ美術出版社 2011年
- [4] 美術手帖 Vol.69 No.1048 [特集] Rhizomatiks 世界に誇る“フルスタック”集団
ライゾマティクのすべて美術出版社 2017年
- [5] 伊奈新祐メディアアートの世界 実験映像 1960ー2007 国書刊行会 2008年
- [6] 酒井忠寛 監修美術館と建築青幻社 2013年
- [7] 鷲尾和彦アルスエレクトロニカの挑戦 なぜオーストリアの地方都市で行われる
アートフェスティバルに、世界中から人々が集まるのか学芸出版 2017年
- [8] 馬定延日本メディアアート史アルテスパブリッシング 2014年
- [9] 久保多晃弘+畠中実メディア・アート原論 あなたは、いったい何を探し求めている
のか？フィルムアート社 2018年
- [10] 加藤哲弘, 喜多村明里, 並木誠士, 原久子, 吉中充代 編変貌する美術館 現代美
術館学2 昭和堂 2001年
- [11] NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] 季刊 インターコミュニ
ケーション No.20 特集 20世紀のスペクタクル空間NTT出版 1997年
- [12] NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] 季刊 インターコミュニ
ケーション No.15 特集 スーパーミュージアムNTT出版 1996年
- [13] NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] 季刊 インターコミュニ
ケーション No.53 特集 新教養零年——ようやく開かれる21世紀のためにNTT
出版 2005年
- [14] NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] 季刊 インターコミュニ
ケーション No.54 特集 戦後60年 戦争と平和のメディア——歴史・記憶・表
象の動態NTT出版 2005年
- [15] NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] 季刊 インターコミュニ
ケーション No.55 特集 情報社会の変貌——その可能性と不可能性NTT出版
2005年

- [16] NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] 季刊 インターコミュニケーション No.56 特集 情報社会のファンダメンタルズ NTT 出版 2006 年
- [17] NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] ICC コンセプト・ブック NTT 出版 1997 年
- [18] NTT インターコミュニケーション・センター [ICC] ICC コレクション 1998 NTT 出版 1998 年
- [19] 宮津大輔アート×テクノロジーの時代 社会を変革するクリエイティブ・ビジネス 光文社 2017 年
- [20] Ur 編集室 Ur (No.1) 特集:ハイパー・アートペヨトル工房 1990 年
- [21] 高階秀爾, 建畠哲, 水沢勉, 蓑豊 編まちとミュージアムが織りなす文化: 過去から未来へ現代企画室 2017 年
- [22] 坂根 巖夫科学と芸術の間朝日新聞社 1986 年
- [23] 暮沢剛巳美術館の政治学青弓社 2007 年
- [24] 坂根 巖夫境界線の旅朝日新聞社 1984 年
- [25] 蓑豊超・美術館革命—金沢 21 世紀美術館の挑戦 (角川 one テーマ 21) 角川書店 2007 年
- [26] せんだいメディアテークプロジェクトチームせんだいメディアテーク・コンセプトブック NTT 出版 2013 年
- [27] 美術手帖編集部美術手帖 2013 年 6 月号増刊 YCAM GUIDEBOOK 山口情報芸術センター [YCAM] アートと社会をつなぐ, メディアの実験場美術出版社 2003 年
- [28] 山口情報芸術センター [YCAM] Creativity Seen/Unseen in Art and Technology A compendium of media art and performance from YCAM: 2003-2008 山口情報芸術センター [YCAM] 2011 年
- [29] D and DEPARTMENT PROJECT d design travel YAMAGUCHI D and DEPARTMENT PROJECT 2013 年
- [30] 塚原正彦みんなのミュージアム 博物館・図書館未来学 コミュニティ・ブックス日本地域社会研究所 2016 年
- [31] せんだいメディアテークいま, バリアとはなにか地方小出版流通センター 2011 年
- [32] 西沢立衛美術館をめぐる対話集英社 2010 年
- [33] 北川フラムアートの地殻変動 一大転換期, 日本の「美術・文化・社会」インタビュー

集－美術出版社 2013 年

- [34] 福原義春 100 人で語る美術館の未来慶応義塾大学出版会 2011 年
- [35] 稲庭彩和子, 伊藤 達矢／著 東京都美術館×東京藝術大学とびらプロジェクト／編
美術館と大学と市民がつくるソーシャルデザインプロジェクト青幻舎 2018 年
- [36] 玉村雅敏地域を変えるミュージアム－未来を育む場のデザイン－英治出版 2013 年
- [37] 建築思潮研究所建築設計資料 13 美術館 建築思潮研究所編建築資料研究社 1986 年
- [38] 建築思潮研究所建築設計資料 49 美術館 2 文化の時代にふさわしい活動の場建築資料研究社 1994 年
- [39] 建築思潮研究所建築設計資料 102 美術館 3 多様化する芸術表現 変容する展示空間建築資料研究社 2005 年
- [40] 朝廣 和夫〔ほか〕／著 九州大学ソーシャルアートラボ／編 文化とまちづくり叢書 ソーシャルアートラボ－地域と社会をひらく－水曜社 2018 年
- [41] 坂根厳夫メディア・アート創世記－科学と芸術の出会い－ 工作舎 2010 年
- [42] 棚橋源太郎博物館基本文献集 第 13 巻 博物館学綱要 大空社 1991 年
- [43] 青木淳原っぱと遊園地－建築にとってその場の質とは何か王国社 2004 年
- [44] 原っぱと遊園地 2-見えの行き来から生まれるリアリティ 青木淳 著王国社 2008 年
- [45] 並木誠士, 吉中充代, 米屋優 編現代美術館学昭和堂 1998 年
- [46] 佐伯香奈市民とつくる複合文化施設における「創造の場」としての機能
- [47] 上村武男せんだいメディアテークはどのように成功しなかったか設立の経緯から現在の活動までを検証する平成 19 年度
- [48] 津田和俊, 伊藤隆之, 菅沼聖, 高原文江, 朴鈴子, 山田智穂技術と芸術を横断するアートセンター YCAM の試み: メディアアートからバイオ・リサーチまで北海道大学 高等教育推進機構 オープンエデュケーションセンター 科学技術コミュニケーション教育研究部門 (CoSTEP) 科学技術コミュニケーション 22 巻 p.99-110 2017 年 12 月
- [49] 会田大也, 菅沼聖, 城一裕コロガル公園シリーズ未来の公園の 5 つの特徴 LOOP 映像メディア学 Vol. 7 東京藝術大学大学院映像研究科 2017 年 1 月